



číslo 6

listopad - prosinec 2012

www.regionálnipotravina.cz

Regionálním obchodníkem roku 2012 se stalo obchodní družstvo Konzum Ústí nad Orlicí

Regionální potravina se v letošním roce stala partnerem nové kategorie v rámci prestižní soutěže zaměřené na odpovědný přístup k podnikání TOP Odpovědná firma. Regionálním obchodníkem roku bylo vyhlášeno obchodní družstvo Konzum v Ústí nad Orlicí v čele s Miloslavem Hlavsou.



Titul Regionální obchodník roku 2012 patří maloobchodní síti, která na základě předloženého projektu nejlépe přesvědčila hodnotící komisi o svém odpovědném přístupu k podnikání. Ta posuzovala například to, jak obchodní řetězec jedná s dodavateli, přistupuje k zaměstnancům, komunikuje se zákazníky, nebo se věnuje společensky prospěšným aktivitám v regionech.

Konzum, obchodní družstvo v Ústí nad Orlicí, vytvořil a podporuje model, který pomáhá místním producentům prodávat jejich výrobky a výpěstky v regionu. Díky projektu „Jsme tu doma“ se mu podařilo dosáhnout nadstandardního podílu v zásobování lokálními potravinami. Jeho zákazníci si oblíbili i tzv. Farmářské dny, kdy se mohou těšit na potraviny z blízkého okolí. Pro malé obce, které nemají vlastní prodejny, zajišťuje mobilní prodej. Konzum podporuje také sociální projekty v regionu. Vlastní grantový program „Společně za úsměv“, díky němuž od roku 2001 podpořil již přes 80 organizací.

„Pro nás je to přirozená součást existence, jsme ryze česká, regionální firma. Hlásíme se k tomu, že v místě, kde podnikáme, také bydlíme a žijeme a cítíme spoluodpovědnost za to, jak se tu bude žít i ostatním,“ uvedl ředitel obchodního družstva Konzum Ústí nad Orlicí Miloslav Hlavsa.

Rozhovor s Miloslavem Hlavsou najdete na straně 5.

První dvě místa v soutěži Živnostník roku obsadili držitelé Regionální potraviny

Farmář David Smetana se stal vítězem 7. ročníku soutěže Živnostník roku, vyhlášené Hospodářskými novinami. Porazil tak 3 054 konkurentů z celé republiky. Druhé místo obsadil další držitel Regionální potraviny – Zbyněk Poštulka z Olomouckého kraje. Slavnostní vyhlášení na pražském Žofíně tak bylo pro výrobce Regionálních potravin mimořádně úspěšné. Gratulujeme!

O vítězi nejužšího finále rozhodla odborná porota z pěti kandidátů. Ty vybírala veřejnost pomocí sms hlasování z širšího okruhu čtrnácti republikových finalistů. Z každého kraje postoupil do finále pouze vítěz krajského kola. Porota ocenila sílu a hloubku příběhu a cesty jednotlivých podnikatelů k jejich úspěchu.



Vítěz David Smetana začal podnikat v roce 1991, v jeho 19 letech, když rodičům vrátili část majetku. „Jako zemědělec jsem se narodil. Už když jsem začal vnímat okolní svět, věděl jsem, že budu zemědělec. Jsem moc rád, že můžu podnikat po svém a na svém a nejsem nikým úkolován,“ říká Smetana. David Smetana pěstuje zeleninu a své plodiny dále zpracovává. Jeho zeleninové saláty ze Smetanova statku bez konzervantů jsou oceňované za čerstvost a kvalitu. Podařilo se mu proniknout se svou zeleninou i do supermarketů.

Zbyněk Poštulka více než dvacet let vyrábí prvky pro příjem individuálního televizního vysílání – slučovače, zesilovače a rozbočovače. V roce 2009 se navíc rozhodl s manželkou vyrábět a prodávat netradiční slané moučníky z olomouckých tvarůžků. Rodinná receptura má úspěch i za hranicemi olomouckého kraje. V Tvarůžkové cukrárně v Lošticích si můžete pochutnat třeba na oceněné Tvarůžkové roládě či Loštickém šátečku.



Rok 2012 s Regionální potravinou aneb „To nejlepší z našeho kraje“

Konec roku je čas bilancí a hodnocení toho, co se v uplynulých dvanácti měsících podařilo. Podívejme se i my, jak vypadal rok 2012 s kampaní na podporu značky Regionální potravina.

Venkovní reklama – od července byl na billboardech představen hlavní letošní vizuál Regionální potraviny. Měl za cíl zákazníkům značku představit a zvýšit jejich povědomí o tom, co spotřebitelům zaručuje. Od září jste se mohli setkat i s billboardy upozorňujícími na spotřebitelskou soutěž.



Tištěná reklama – ať už se jednalo o klasickou inzerci či advertoriaty v tištěných médiích, měly opět stejný cíl – představit čtenářům značku a vše, co je s ní spojené: regionální původ, kvalita, tradice i výjimečná chuť.

Rozhlasové spoty – natočili jsme devět verzí spotů pro rozhlas s charizmatickým hlasem Otakara Brouška ml. Na vlnách rádií Frekvence 1, Evropa 2, Impuls i mnohých dalších jsme je mohli zaslechnout od června do října.

24dílný televizní miniseriál – na televizních obrazovkách ČT, Novy a TV Barrandov jsme mohli vidět minutové pořady, které za podpory známých osobností ve zkratce představují výhody regionálních potravin. Letos se natáčelo v Jihočeském kraji u firmy Mauz, ve Středočeském kraji u včelaře Václava Hocha a v Řeznictví a uzenářství U Dolejších v Davli, v Královéhradeckém kraji kamera zavítala k farmářce Vlastě Kejklíčkové a v Kraji Vysočina nahlédla na Farmu rodiny Němcovy.



Sponzorské vzkazy uváděly vybrané kulinární pořady. Animované potraviny, ovoce i zelenina tak předcházely například pořadům Kluci v akci, Prostřeno, Co bude dnes k večeři či cestovatelský pořad Koření.



Audiovizuální spot natočený k propagaci Regionální potraviny na veletrzích a výstavách, ale i na sociálních sítích si můžete prohlédnout na webových stránkách www.regionálnipotravina.cz



Pojízdná prodejna putovala od poloviny července do poloviny září po 45 destinacích napříč všemi 13 kraji a oslovila tak téměř 100 000 lidí. S nabídkou vybraných produktů oceněných Regionální potravinou si získala přízeň zákazníků i médií.



Spotřebitelská soutěž probíhá od 1. září do 31. prosince. Zákazníci v ní mohou za 10 nasbíraných log či účtenek od nákupu Regionálních potravin vyhrát dovolenou na české chatě či chalupě. Ta čeká na tři šťastlivce. Ve hře je také 10 000 skládacích nákupních košíků s logem Regionální potravina.



Ochutnávky na vybraných pobočkách prodejní sítě Náš Grunt, v řetězcích Globus, Interspar a Terno probíhaly od konce září do konce října. Součástí byly i ochutnávky na čerpacích stanicích EuroOil. Celkem mohli zákazníci ochutnat Regionální potraviny na 35 lokacích během 56 promodní.



Webové stránky, facebookový profil, videa na kanálu YouTube – tam všude se mohou zákazníci a potenciální uživatelé seznámit se vším, co potřebují o Regionálních potravinách vědět.

Země živitelka a Zemědělec - Regionální potravina nechyběla na největší zemědělské události roku se svou expozicí. Součástí programu na výstavišti v Českých Budějovicích byla prezentace jednotlivých krajů i kulinářská show mistra kuchaře Roberta Zatloukala.



Regionální obchodník roku – Regionální potravina se stala partnerem nové kategorie v rámci prestižní soutěže TOP Odpovědná firma. Regionální obchodník roku ocenil odpovědné chování maloobchodní sítě jak vůči místním dodavatelům, zaměstnancům, zákazníkům i obyvatelům ve svém kraji.

Aktivní komunikace s novináři pomocí tiskových setkání či nabídky zpráv o aktuálním dění okolo Regionální potraviny pomáhá vytvořit povědomí zákazníků o prospěšnosti potravin z regionů. Díky přímému oslovení dostávají komplexnější informace, mají možnost se seznámit s výhodami nákupu Regionálních potravin do větší hloubky než u klasické reklamy.



Anketa mezi výrobci: Co pro vás znamenalo obdržení značky Regionální potravina?

Josef Pulíček, Kozí farma Pěčín:



„Regionální potravina není jediným oceněním na našich výrobcích, všechny tyto ocenění pomáhají výrobkům při prodeji a při jejich propagaci. Nejsme schopni vyčíslit zvýšení prodejů u jednotlivých výrobců. Pouze můžeme konstatovat, že zákazník reaguje příznivě.“

Zbyněk Poštulka, Tvarůžková cukrárna Loštice:



„Značku Regionální potravina Olomouckého kraje bereme jako ocenění kvality našich výrobků. Po vyhlášení výsledků se objevily články v regionálních médiích a byla to pro nás výrobce dobrá reklama. Po třech letech se nám konečně zvednul odbyt tvarůžkových moučníků a zaměřilo k nám i velké množství turistů, kteří jsou pro nás v obci se 3 000 obyvateli velmi důležití.“

Stinnou stránkou věci však bylo celkem šest kontrol státních orgánů, které následovaly krátce po převzetí ocenění. Možná to byla jen náhoda, ale rozhodně nám to energie do podnikání nepřidává.“

Ladislav Hezký, Štramberské uši od Hezounů:



„Prestiž a odměna za dobře vykonanou práci, něco, co má jen málokdo. Ocenění výrobku, který je kvalitní, bez chemických přísad a hlavně vyzvednutí nad ostatními výrobky jemu podobné.“

Zvýšil se nám odbyt, přijal jsem dva zaměstnance. Nedokážu však posoudit, jaký podíl na tom má značka Regionální potravina a jaký podíl přičíst celkovému systému firmy.

Obdržení značky se odrazilo i v zájmu zákazníků a obchodníků, ale zatím jen moc málo v poměru k tomu, co bychom od té značky očekávali. Myslím, že jsme zatím jen takovými průkopníky a propagátory. Mám obavy z toho, že v době, kdy nám budou končit oprávnění k držení této značky, se teprve rozšíří v povědomí zákazníků jako třeba Klasa a těžit z toho budou druzí.“

Ilona Bartošová, Moštovna Lažany:



„Obdržení tohoto ocenění nám samozřejmě udělalo radost a utvrdilo nás v přesvědčení, že máme kvalitní a chutný výrobek, který naši zákazníci oceňují. A to je pro nás ta největší odměna.“

Prodej po dosažení tohoto titulu se nijak nenavýšil. Navýšení by jistě nastalo, kdyby naši zákazníci dostali též ocenění a to v podobě nárůstu platů. V současné době opravdu počítají každou korun a nakupují jen to nejnutnější.

Na druhé straně si na zájem o naše výrobky stěžovat nemůžeme, navzdory krizi se obrat zvyšuje, ale s Regionální potravinou se zatím moc nezměnilo.“

Monika Marencová, Pivovar Kocour Varnsdorf:



„Vzhledem k tomu, že je naše firma příznivcem jakékoli propagace regionu, regionálních potravin a rozšíření vnímání regionální potraviny mezi konečné spotřebitele, znamená pro nás toto ocenění především odměnu za dobře vykonanou práci.“

Obdržení značky Regionální potravina nám přináší nepopsatelné změny a nedá se zřejmě žádná vypíchnout. Jde především o vnímání našich zákazníků kam nás zařadit a o jistou hrdost našich „pivařů“, že mohou pít a konzumovat pivo, které je vítězem v soutěži kvality. Toto ocenění je pro nás určitou výzvou, jistou motivací a poděkováním.

Dále díky tomuto vítězství zaznamenáváme silnější poptávku o pivo pod značkou Regionální potravina a pro nás do dalších let jistou práci v rámci našeho regionu.“

Lenka Krellerová, Pivovar Holba:



„Označení Regionální potravina je jedním z ocenění našeho piva, které potvrzuje jeho vysokou kvalitu.“

Miloslav Hlavsa: Pro regionální výrobce se vyplatí jít vlastní odlišnou cestou



Miloslav Hlavsa stojí v čele obchodního družstva Konzum v Ústí nad Orlicí od roku 2009. Ve firmě však působí od roku 1991. V soutěži TOP Odpovědná firma získal kromě ocenění pro družstvo, v jehož čele stojí, i cenu Odpovědný leader 2012. Protože principy, na kterých Konzum staví, jsou inspirativní a dávají naději malým výrobcům z regionů, požádali jsme Miloslava Hlavsu o krátký rozhovor.

Pane Hlavso, obchodní družstvo Konzum Ústí nad Orlicí získalo v letošním ročníku soutěže TOP Odpovědná firma ocenění Regionální obchodník roku. Vy sám jste získal navíc cenu Odpovědný leader. Co pro Vás jako ředitele firmy ta dvě ocenění znamenají?

Rozhodně to nijak nepřeceňuji, ale těší mě, že si někdo všiml, že děláme věci malinko jinak.

Družstvo Konzum preferuje regionální výrobce v programu „Jste tu doma“. Znamená to, že upřednostní regionální původ, který dá místním lidem práci, před nízkou cenou. Přesto jste jedno z nejziskovějších družstev. Jak se vám to podařilo?

Hlavně si myslím, že tyto věci spolu úplně nesouvisí. Přeci nejlevnější vždy nemusí znamenat nejziskovější. Program „Jste tu doma“ je o smyslu naší existence, je to o dlouhodobých věcech, řekněme o tom, s kým zde chceme žít. A ziskovost je spíše o aktuálním vybalancování nákladů a výnosů, o jisté střídmosti. O tom, jak se dneska rozšoupneme. Bohužel mnoho lidí i firem raději upřednostňuje ty krátkodobé požitky před těmi dlouhodobými efekty.

Řídí se touto politikou i ostatní družstva v Čechách? Zájem o regionalitu navíc deklarují i mnohé řetězce, je jejich přístup stejný v tomto ohledu obdobný?

Většina družstev do jisté míry uplatňuje obdobnou politiku a spolupracují s místními firmami v daleko větším rozsahu než velké řetězce, protože to je přirozené. Příliš tomu ale nevěří a nezviditelňují to, protože si myslí, že to zákazníka nezajímá.

Naopak řetězce věří tomu, že to zákazníka zajímá, proto vytvářejí různé umělé marketingové programy, které mají za cíl to zanedbatelné množství lokálních výrobků v jejich sortimentu co nejvíce zviditelnit. A zákazník potom někdy vesele jede nakoupit do velkého supermarketu dovozové zboží označené českými vlajčkami, zatím co právě tím autem minul prodejnu Jednoty, kde ty české a regionální výrobky skutečně jsou, jenom nejsou těmi vlajčkami označeny.

Co byste poradil regionálním výrobcům, kteří těžce bojují, aby ve svém regionu prorazili v konkurenci levných dodavatelů a řetězců a nemají štěstí na tak osvědčeného obchodníka?

To je těžké. Asi nebojovat a jít vlastní „odlišnou“ cestou. Zároveň se snažit komunikovat s místními prodejci a vymýšlet společně „lokální“ strategie. Je důležité, existuje-li v daném regionu místní výrobce a místní obchodník, aby si oboustranně uvědomili, že jsou na sobě do značné míry závislí a že společně mohou být úspěšnější.

Soutěž o praktický nákupní košík rozšířena do prodejen Náš Grunt, Trefa a Konzum

Novinkou v soutěži s Regionální potravinou je získání praktických nákupních košíků přímo na prodejnách Náš Grunt, Trefa v jižních Čechách a v prodejnách obchodního družstva Konzum v regionu východních Čech. Až do konce roku mohou zákazníci soutěžit o praktický nákupní košík a dovolenou na české chatě či chalupě.



V síti těchto prodejen zákazníci sbírají za zakoupené výrobky z rodiny Regionální potraviny razítka či samolepky do speciální hrací karty. Tu potom vymění za praktický nákupní košík a s ústřížkem se mohou stejně jako v celostátní soutěži účastnit klání o dovolenou v hodnotě 10 000 Kč. Ta čeká na tři vylosované šťastlivce, kteří si vyberou z nabídky www.chatyachalupy.cz.



Soutěže o nákupní košík či dovolenou se však stále mohou účastnit i ostatní zákazníci, kteří nakoupí oceněné výrobky kdekoliv. Stačí nakoupit deset výrobků Regionální potravina a loga či účtenky spolu s kontaktními údaji zaslat na soutěžní adresu **Regionální potravina soutěž, P. O. Box 88, 140 21 Praha 4.**

Výlet s novináři na Liberecko

Na konci října jsme se vyjeli s novináři podívat za oceněnými výrobci do Libereckého kraje. Dvě desítky novinářů měly možnost vidět výrobu v Moštovně Lažany a Kozí farmě Pěnčín na vlastní oči. Bezprostřední zkušenost z výroby a možnost diskuze s producenty jsou nejlepším způsobem, jak je přesvědčit o kvalitě a jedinečnosti výrobků s puncem Regionální potraviny.



Moštovnu Lažany jsme zastihli na konci hlavní sezóny.

PF 2013



Do nového roku vstupte s chutí.

Vaše Regionální potravina



Josef Pulíček chová na farmě v Pěnčíně na 1000 koz a ovcí.

Kontakty

Státní zemědělský intervenční fond:

Ing. Kateřina Budínová

vedoucí oddělení podpory značky Regionální potravina

tel.: 222 871 634

e-mail: katerina.budinova@szif.cz

Mgr. Kateřina Ratajová

e-mail: katerina.ratajova@szif.cz

tel.: 222 871 370

Bc. Petra Podařilová Havlíčková

e-mail: petra.podarilovahavlickova@szif.cz

tel.: 222 871 349