



## Kampaň na podporu kvalitních potravin pro SZIF zabodovala v evropské soutěži IMC European Awards

Praha 27. 11. 2018 – Kampaň na podporu kvalitních potravin „Jak Češi začali kupovat kvalitní potraviny?“, jejímž zadavatelem byl Státní zemědělský intervenční fond, získala hned dvě ocenění v rámci prestižního mezinárodního bruselského hodnocení EACA. Zabodovala v kategorii „Product Launch /Relaunch/Trial campaigns“ (bronz) a dále v segmentu „Retail or Trade Marketing – Dealer/Salesforce“ (stříbro).

Evropskému klání, do kterého z regionálních kol postoupilo celkem šest českých agentur s devíti různými kampaněmi, předcházela národní obdoba soutěže, červnový 16. ročník IMC Czech Awards. Tam úspěšná kampaň „Jak Češi začali kupovat kvalitní potraviny?“ získala hned 5 medailí, a to dvě stříbra v kategoriích Integrovaná komunikace a Veřejný zadavatel a tři bronzy v kategoriích: Budování značky a Retail/merchandising/instore marketing, dále za kampaň Střihněte si 3x Škodu Fabia v rámci kategorie Spotřebitelské soutěže a lojalitní program.

V evropském finále IMC Czech Awards, které se konalo v listopadu v Bruselu, si kampaň vysloužila ještě bronzové ocenění v kategorii „Product Launch /Relaunch/Trial campaigns“ (uvedení produktu na trh) a stříbro v segmentu obchodu a prodejního marketingu.

*„Podpora kvality potravin je pro nás jednou z hlavních komunikačních priorit, které se systematicky věnujeme už několik let. Proto nás velmi těší, že získáváme stále další ocenění nejenom v rámci ČR, ale i v mezinárodní konkurenci,“ komentuje výhru Martin Šebestýán, generální ředitel SZIF.*

Dlouhodobým cílem projektu bylo zvýšení edukace spotřebitelů na téma kvality a důležitosti preference kvalitnějších potravin. Komunikační kampaň, kterou realizovala agentura Momentum, měla vysvětlit rozdíly v kvalitě potravin u výrobků se značkou kvality ve srovnání s jinými, a to z důvodu používání kvalitních surovin, poctivých receptur a moderních technologií, a změnit tak spotřebitelské rozhodování z ceny ve prospěch kvality.

Po prvním roce komunikace proběhl v červnu 2017 výzkum ověřující dosavadní výsledky kampaně. Již v její polovině byly překonány všechny stanovené cílové hodnoty na dva roky: Zvýšila se spontánní i podpořená znalost značky Klasa a výrazně vzrostla její asociace s tématem KVALITA (zdroj: STEM/MARK 6/2017). Informačně-edukační formát kampaně tak nezabodoval jen u porotců, ale splnil i svůj účel: Vysvětlil podstatu a význam kvality potravin.

Vladimíra Nováková  
tisková mluvčí SZIF

Pořádající agentura EACA (European association of communication agencies) zastupuje komunikační agentury a komunikační asociace v Evropě. Představuje hlavní zdroj oborových informací a pomáhá v rámci IMC European Awards rozvíjet profesionalitu v oboru. IMC European Awards se konají od roku 2010 a české agentury pravidelně patří k těm nejúspěšnějším, v roce 2017 získaly dohromady 21 cen.

### Kontakt pro další informace:

Petra Vomelová, McCann Prague PR  
[Petra.Vomelova@mccann.cz](mailto:Petra.Vomelova@mccann.cz),  
+ 420 775 133 490





### **O značce „Klasa“**

Národní značku kvality KLASA uděluje mimořádně kvalitním potravinářským a zemědělským výrobkům ministr zemědělství od roku 2003. Spravuje ji Státní zemědělský intervenční fond. Národní značku kvality získává výrobce na tři roky. Logo KLASA slouží spotřebitelům k lepší orientaci na trhu pro rozeznání výjimečně kvalitních produktů v porovnání s běžně dostupnými potravinami. V současnosti mohou spotřebitelé nalézt značku na obalech 970 produktů od 222 výrobců. Další informace a kompletní seznam všech oceněných produktů jsou na stránkách [www.eklasa.cz](http://www.eklasa.cz).

### **O značce „České cechovní normy“**

Cechovní normy zaručují kvalitu potravin tak, že určují povinné, přípustné a nepřípustné složky. Omezují například používání přídatných látek, nabízí masné výrobky s vyšším obsahem masa nebo preferují používání kvasů u pekařských výrobků. Toto označení lze v současnosti najít na obalech více než 770 produktů od přibližně 50 českých a moravských výrobců. Kompletní seznam najdete na [www.cechovninormy.cz](http://www.cechovninormy.cz).

### **O značce „Regionální potravina“**

Již devět let uděluje Ministerstvo zemědělství značku Regionální potravina nejkvalitnějším zemědělským nebo potravinářským výrobkům, které zvítězí v krajských soutěžích. Projekt má za cíl podpořit domácí producenty lokálních potravin a motivovat zákazníky k jejich vyhledávání v obchodech, na farmářských trzích či přímo u výrobců. Spotřebitelé si mohou vybírat z 522 výrobků od 374 výrobců. Značka Regionální potravina oceňuje ty nejlepší výrobky z každého kraje. Více informací je k dispozici na webových stránkách [www.regionálnipotravina.cz](http://www.regionálnipotravina.cz).

### **O značce „BIO Produkt ekologického zemědělství“**

Zeleno-bílý grafický znak BIO nazývaný díky proužkům „biozebra“ je doplněný nápisem „Produkt ekologického zemědělství“. V naší zemi slouží jako ochranná známka pro biopotraviny. Aby mohly produkty toto označení získat, musí být prověřeny některými kontrolními organizacemi, které pověřuje Ministerstvo zemědělství. Bio výrobky označují produkty z rostlin a živočichů z ekologických farem, které nebyly ošetřeny zakázanými pesticidy, minerálními dusíkatými hnojivy a zároveň se při jejich pěstování nebo chovu zohledňuje dopad na životní prostředí a potřeby chovaných hospodářských zvířat.

### **O značce „Ekologická produkce“**

„Ekologická produkce“ je na rozdíl od předchozí „biozeby“ značením nadnárodním (ve tvaru zeleno-bílého lístku) upraveným předpisem Evropské unie. Musí ho mít na svém obalu každý produkt, který splňuje v rámci EU požadavky na biopotraviny. Jejich definice je zmíněna v textu výše – u značky „BIO Produkt ekologického zemědělství“. Pro úplnost ještě dodejme, že u biopotravin s původem mimo naši zemi není označení „biozebra“ povinné, i když na obalu být může.

### **O značce „Chráněné označení (ZTS, CHZO, CHOP)“**

Jedná se o značení Evropské unie. Funguje už téměř 25 let. Důvodem vzniku byla mj. i ochrana produktů před jejich paděláním. Týká se to následujících značek:

- **Zaručené tradiční speciality (ZTS)**
- **Chráněné označení původu (CHOP)**
- **Chráněné zeměpisné označení (CHZO)**

