

**TISKOVÁ ZPRÁVA****Reakce SZIF na článek o značce KLASA**

Praha 19. února 2019 – **Platební agentura Státní zemědělský intervenční fond (SZIF) považuje za nutné reagovat na tiskovou zprávu vydanou Asociací soukromého zemědělství ČR (ASZ) dne 18. 2. 2019 „Miliardy vynaložené na propagaci značky Klasa se mýjí“. Článek zpochybňuje značku i efektivitu její propagace. Chtěli bychom proto čtenářům, a především spotřebitelům, předložit fakta, která uvedená tvrzení vyvrací.**

Značku Klasa uděluje mimořádně kvalitním potravinářským a zemědělským výrobkům ministr zemědělství od roku 2003. Státní zemědělský intervenční fond ji administruje. Za 16 let své existence získala značka velké renomé i popularitu u spotřebitelů a obchodních řetězců, sklízí také významná ocenění od odborníků. V její prospěch určitě svědčí i skutečnost, že se v roce 2016 v anketě o českou značku, kterou zákazníci vnímají jako nejtradičnější a na kterou jsou nejvíce hrdí, KLASA umístila v první desítce.

ASZ uvádí, že finanční prostředky vynaložené na rozvoj a propagaci značky byly neúčelné a projekt je nefunkční. Následujícími čísly tento názor vyvracíme. Od roku 2016 je značka Klasa součástí propagační kampaně na podporu kvalitních potravin. Jejím cílem je zejména zvýšit zájem o kvalitu potravin a edukaci veřejnosti v otázce kvality potravin. A jaké jsou výsledky za období 2016–2018 (z průzkumu výzkumné agentury STEM/MARK a GFK)?

- Komunikační kampaň zasáhla minimálně 96 % spotřebitelů z cílové skupiny od 25 do 50 let, což je 5,2 milionu spotřebitelů.
- Kampaň zvýšila spontánní znalost značky Klasa z 49 % na 55 %.
- Výrazně se navýšila také asociace značky s kvalitou z 38 % na 51 %. Spotřebitelé se začali více zaměřovat na kvalitu potravin a preferovat ji při nákupech.
- Edukace spotřebitelů se začíná od jara 2017 projevovat i v praxi obchodních řetězců: Zatímco celý trh potravin rostl rychlostí 5 %, trh prezentovaný výrobky značky KLASA rostl rychlostí 9,8 %.
- Obrat prodeje kvalitních potravin v roce 2017 narostl o významných 9,2 miliardy korun.
- Každá koruna investovaná do kampaně vygenerovala v roce 2017 přes 62 Kč zvýšení obratu.

V tiskové zprávě ASZ se dále píše, že větší zájem o značku Klasa je pouze v souvislosti se spotřebitelskými soutěžemi, kdy zákazník může vyhrát něco hodnotného. Při poslední soutěži platební agentura obdržela přes 6,7 milionu log kvalitních potravin, z nichž téměř polovinu tvořila značka Klasa. Vzhledem k tomuto obrovskému množství je evidentní, že loga spotřebitelé sbírali v průběhu celého roku. Je nereálné, aby takové kvantum „nastřádali“ za 13 herních týdnů.

Značky kvalitních potravin i jejich výhody komunikujeme primárně v místech prodeje a dále přes vybrané komunikační kanály: Tisk, televize, rádio, sociální sítě, webové stránky [www.akademiekvality.cz](http://www.akademiekvality.cz), spotřebitelské soutěže, veletrhy, roadshow a další. Takto pojatá kampaň získala hned několik prestižních marketingových ocenění, např. obsadila dvě stříbrné příčky v soutěži Effie Awards Czech Republic 2017 o nejefektivnější reklamu v kategorii Potraviny a Veřejná správa, v loňském roce dokonce obdržela 5 ocenění v mezinárodní evropské soutěži IMC European Awards.

Tisková zpráva ASZ dále zmínila příklady potravin, kterým byla značka odebrána. Z uvedených výrobků o značku přišly pouze medy společnosti Včelpo spol. s r.o. (celý sortiment oceněných produktů), ostatní výrobky (majonéza a listové těsto) byly podrobeny kontrolám, podle kterých je vše v pořádku. V souvislosti se značkami kvalitních potravin připomínáme, že se ze strany dozorových orgánů jedná již dlouhodobě o jednu z nejbezpečnějších kategorií potravin. Například v loňském roce kontroly Státní zemědělské a potravinářské inspekce nenašly žádnou potravinu značky KLASA, která by nesplňovala parametry. Jakoukoli pochybnost v souvislosti s oceněnými výrobky, ať již na základě mediálních testů nebo podnětů od spotřebitelů, obratem řešíme a předáváme dozorovým orgánům k prošetření. Naším cílem je zajišťovat, aby v portfoliu oceněných výrobků byly jen skutečně maximálně kvalitní výrobky.

Na závěr bychom chtěli ASZ ujistit, že výrobci farmářských potravin se mohou o značku Klasa ucházet také. Pokud se prokáže nadstandardní kvalita daného výrobku a hodnotitelská komise ho vybere, bude jim značka bezplatně udělena. Tito výrobci však musí počítat s tím, že po získání značky budou pravidelně kontrolováni ze strany dozorových orgánů, a to nad rámec počtu jejich standardních kontrol.

Vladimíra Nováková  
tisková mluvčí SZIF

*Národní značku kvality KLASA uděluje mimořádně kvalitním potravinářským a zemědělským výrobkům ministr zemědělství od roku 2003. Administraci značky provádí Státní zemědělský intervenční fond. Národní značku kvality získává výrobce na tři roky. Logo KLASA slouží spotřebitelům k lepší orientaci na trhu při rozeznání výjimečně kvalitních produktů v porovnání s běžně dostupnými potravinami. V současnosti mohou spotřebitelé nalézt značku KLASA na obalech celkem 973 produktů od 226 českých a moravských výrobců. Další informace a kompletní seznam všech oceněných produktů jsou dostupné na stránkách [www.eklasa.cz](http://www.eklasa.cz).*