

Češi stále častěji volí lokální potraviny, v Kauflandu během tří let čtyřnásobně vzrostl počet regionálních dodavatelů

16.10.2024 - | Kaufland

Agro Jesenice, Cyrilovy pekařské tyčinky, Milko Mandava, sirupy Kitl, limonády Bacilli či Pivovar Rohozec. Tyto a desítky dalších značek regionálních potravin a výrobců jsou příkladem úspěšných partnerství mezi českými regionálními dodavateli a obchodním řetězcem Kaufland. Systém propojení malých lokálních výrobců se širší skupinou zákazníků prostřednictvím prodejen Kaufland funguje na modelu skutečně regionálních produktů, které jsou považovány za regionální pouze v případě, že byly vyrobeny v daném kraji, okrese či v blízkém okolí příslušné prodejny Kaufland. Dodavatelé tak mnohdy zásobují přímo prodejny ve svém nejbližším okolí a díky tomu se produkty dostávají z výroby k zákazníkovi v rekordně krátkém čase a po co nejkratší ose.

„Dlouhodobým cílem Ministerstva zemědělství je zvýšení zastoupení kvalitních, chutných a lokálních produktů na našem trhu, tedy i v obchodních řetězcích. Z tohoto důvodu resort zemědělství velmi významně podporuje menší výrobce potravin, kteří často udržují dlouhou tradici kvalitních českých potravin ve všech regionech České republiky a jsou také nositeli moderních trendů v potravinářství. Spotřebitelé určitě ocení, že podle výsledků kontrol dozorových orgánů mají tyto potraviny a potraviny ekologického zemědělství minimální počet zjištěných závad. To skutečně dokládá, že jde o jednu z nejvyšších kvalit potravin,“ řekl **ministr zemědělství Marek Výborný**.

Díky dlouhodobému projektu podpory lokálních producentů s názvem „Z lásky k regionům“ si mohou zákazníci společnosti Kaufland vybrat z bohaté nabídky výrobků z jejich regionu, a to napříč celým sortimentem. Zákaznický nejvyhledávanější kategorie produktů jsou lokální piva a mléčné výrobky. Vysoké popularitě se těší také nejrůznější snacky, limonády a lahůdkové zboží. Produkty jsou na prodejnách snadno rozpoznatelné díky speciálnímu logu ve tvaru hnědého srdíčka a mnohdy také díky umístění do regionálních boxů na čele jednotlivých regálů.

„Spolupráci s regionálními dodavateli neustále rozšiřujeme a v letošním obchodním roce bychom rádi měli nabídku tohoto sortimentu ve všech krajích a umožnili tak našim zákazníkům, aby si mohli ve vybraných prodejnách po celé republice pořídit skutečně regionální produkty a poznávat místní výrobce i chutě,“ říká **vedoucí oddělení nákupu čerstvých potravin společnosti Kaufland Blanka Bogel**.

Kromě rozšiřování spolupráce do dalších krajů Kaufland neustále rozšiřuje síť svých regionálních dodavatelů. Společnost přitom nijak nelimituje regionální producenty po stránce výběru sortimentu a díky tomu může zákazníkům nabídnout zboží téměř ze všech kategorií – od mléčných výrobků, uzenin, lahůdek a pečiva až po med, marmelády či regionální nápoje. Důležitou podmínkou pro zahájení spolupráce je pouze splnění přísných hygienických podmínek a dodání domluveného množství produktů pro vybranou prodejnu.

„Výběr nových regionálních dodavatelů může proběhnout různým způsobem. Naše oddělení nákupu průběžně vytváří vlastní rešerše, které nám pomáhají vytipovat zajímavé možnosti spolupráce s lokálními výrobci. Nového dodavatele nám ale mohou doporučit také kolegové z prodejen v daném regionu, kteří mají dobrou zkušenost s těmito regionálními výrobky a znají též preference našich zákazníků. V neposlední řadě mohou spolupráci navrhnout přímo regionální výrobci, kteří chtějí své

produkty nabídnout širšímu spektru zákazníků. Ti mohou využít jednoduchý formulář dostupný na webu nebo v QR kódu umístěném na regionální stěně v našich prodejnách,“ vysvětluje **Blanka Bogel**.

Spolu s projektem „Z lásky k regionům“ probíhá již několik let také stejnojmenná komunikační kampaň, jejímž letošním tématem je akcentování podzimních plodin a potravin, jako jsou brambory, chmel, řemeslné pivo či české regionální víno.

Na přípravě TV spotů ke kampani se opět podílela režisérka Alice Nellis, jež je podepsaná pod filmy jako Tajnosti, Mamas & Papas či Revival. Televizní kampaň doplní také rádiové spoty a vizuály v tisku, na externích venkovních plochách či v letácích společnosti Kaufland. Samostatnou kategorií je online komunikace, kde kampaň využije jak bannery, tak sociální sítě.

<https://spolecnost.kaufland.cz/pro-novinare/newsroom/2024/rijen/cesi-stale-casteji-voli-lokalni-potravin-v-kauflandu-behem-tri-let-ctyrnasobne-vzrostl-pocet-regionalnich-dodavatelu>