

# Tako zamejski Slovenci povežejo kmetije iz okolice Nanosa pod skupno znamko in jih spravijo v trgovine v Italiji

V podjetju Idea 3 so ustvarili novo znamko Fattorie del Nanos oziroma nanoške kmetije, pod katero v obmejnih trgovinah v Italiji najdemo živila s kmetij okoli Nanosa, iz Vipavske doline in Postojne; načrtujejo še tri regijske znamke za domačo hrano iz okolice Bleda, Maribora in Rogaške Slatine

PETRA ŠUBIC  
petra.subic@finance.si

Podjetje Idea 3, iz katerega prihajajo zamejski Slovenci Enzo DiStefano, Paolo Dalfovo in Carlo Mosco, se ukvarja s prodajo hrane na debelo v tako imenovani štrudli coni, ki obsega Italijo, Slovenijo, Hrvaško, Avstrijo in Madžarsko, kjer poznajo to sladico. Pri prodoru v Italijo so že pomagali slovenskim mlekarjem, pekarnam in mesnopredelovalni industriji, od lani pa to omogočajo tudi slovenskim kmetijam, ki imajo za italijanski trg zanimiva živila in so jih pripravljene tam tržiti pod skupno regijsko znamko. Kakšne znamke gradijo v Idei 3 in v čem je njihov model trženja inovativen?

## Prek hrane odkrivamo kulturo in tradicijo svojega ozemlja

»Priložnost vidimo v razvoju regijskih znamk kakovostne hrane, za katero lahko kupec preprosto preveri, od kod prihaja in kdo jo je naredil. Vrnitev k okusom, receptom in avtohtonim domačim izdelkom je pravi način, s katerim lahko kupec ovrednoti in znova odkrije kulturo in tradicijo svojega ozemlja. Te dediščine agroživilskih izdelkov ne bi smeli izgubiti, ampak bi jo morali oživiti,« je prepričan Enzo DiStefano.

Pred šestimi leti je s partnerjema v Idei 3 začel prodajati slovensko hrano v Italiji, in sicer prek posebnih slovenskih koticov v trgovinah. Lansko pomlad pa so se odločili za nov pristop.

## Več kmetij z istega območja pod eno znamko

»Iskali smo drugačno ponudbo, ki bi najbolje predstavila neko regijo - zanjo značilne sestavine, okuse in recepte - in bi bila takšne kakovosti, kakršno lahko zagotovijo samo majhni lokalni proizvajalci, ne pa živil-



»Vrnitev k okusom, receptom in avtohtonim domačim hranam je pravi način, s katerim lahko kupci ovrednotijo in znova odkrijejo kulturo in tradicijo svojega ozemlja,« so prepričani Enzo DiStefano, Paolo Dalfovo in Carlo Mosco (z leve) iz podjetja Idea 3. Slovenijo so razdelili na štiri makroregije, za vsako bodo zgradili regijsko znamko kakovostne lokalne hrane in model trženja v Italiji, Avstriji in Sloveniji.

skopredelovalna industrija. Idejo smo preverili pri nekaj kmetijah, po dobrem odzivu smo vedeli, da je čas za novo regijsko blagovno znamko, ki bi pod svojim okriljem povežala male lokalne proizvajalce in jih pripeljala v trgovine v Italiji ob meji s Slovenijo. Za center regije smo izbrali Nanos, ki ga Italijani na obmejnem območju dobro poznajo. Za znamko Fattorie del Nanos, v prevodu nanoške kmetije, smo se v prvi fazi povezali s štirimi kmetijami okoli Nanosa, iz Vipavske doline in Postojne,« pravi Enzo DiStefano.

Gre za napreden trženjski projekt, ki spodbuja razvoj lokalnega okolja, kupcu pa omogoča, da na novo odkrije ne le kulinariko, temveč tudi zgodovino, kulturo in geopolitiko tega območja. Projekt razvijajo v sodelovanju s slovensko vlado.

Majhni lokalni ponudniki hrane v Italiji in Sloveniji imajo enake težave. Trgovske verige ne želijo imeti neposredne stika z njimi, ker imajo premajhne količine, na svoje police pa želijo dati lokalno hrano in okuse, kakršne so poznali nekoč. »K sodelovanju vabimo kmetije, saj so majhni lokalni proizvajalci bolj prilago-

dljivi od večjih, saj na primer poskrbijo, da je etiketa na embalaži v italijanščini, kar je italijanskim trgovcem in kupcem pomembno,« razlaga.

## Širijo ponudbo in prodajo hrane z nanoških kmetij

Od lanskega avgusta obmejne trgovine v Italiji ponujajo sokove, suho sadje, kompote, marmelade, paradižnikovo in druge omake z nanoških kmetij pod skupno znamko. Aprila bodo ponudbo nanoških kmetij razširili še z lokalnimi mlečnimi in mesnimi izdelki. »Ena od kmetij iz okolice Postojne bo zaradi sodelovanja z nami povečala rejo prašičev mangalic, njihove mesnine so delikatesne in bodo ena od novosti pod znamko Fattorie del Nanos. Kmetijam želimo omogočiti pošteno plačilo, obstoj, razvoj in rast do stopnje, da ohranijo ročno oziroma (pol) obrtniško proizvodnjo. Prodajo želimo z obmejnega območja v Italiji razširiti do Milana,« razlaga DiStefano.

## Napovedujejo še tri regijske znamke slovenske hrane

Po dobrem odzivu trgovcev so zrasle tudi njihove ambi-



## Od posredništva pri prodaji do gradnje regijskih znamk hrane

Podjetje Idea 3 je nastalo maja 2013 in se je najprej ukvarjalo s posredništvom, svetovanjem in komercialno podporo živilskim izdelkom v Italiji, Sloveniji, na Hrvaškem in v vzhodni Evropi. Sodelovali so denimo s Celjskimi mesninami, Medexom, Pekarno Pečjak, Krasom in mlekarjami Celela, Planika ter Krepko.

Na začetku so za slovensko hrano uredili poseben kotiček v prodajalnah verige Coop Nord-Est, ki se zdaj imenuje Coop Alleanza 3.0.

V Idei 3 ponujajo tudi podporo pri prodaji, usposabljanju prodajalcev, operativnih in tehničnih storitvah v trgovinah.

Na milanskem Expu 2015 so v slovenskem paviljonu priredili srečanje velikih italijanskih trgovskih verig s slovenskimi podjetji.

Od takrat sodelujejo tudi z agencijo SPIRIT, med drugim organizirajo seminarje za slovenska podjetja, ki želijo prodajo razširiti na italijanski trg.

cije. »Slovenijo smo poleg Nanosa razdelili še na tri makroregije - Bled, Maribor in Rogaška Slatina -, ki jih v sosednjih državah poznajo. To je pomembno, saj male dobavitelje hrane povežemo z regijo, iz katere prihajajo. Po vzoru znamke Fattorie del Nanos bomo vzpostavili tudi znamke Blejske kmetije, Mariborske kmetije in Kmetije Rogaške Slatine. Aprila bodo zaokrožili ponudbo nanoških kmetij in začeli oblikovati druge regijske znamke, znamka Blejske kmetije bo verjetno prva,« napoveduje Enzo DiStefano. Z nekaj kmetijami s teh območij so že v stiku, še več pa bi jih radi spoznali.

## Preverjanje porekla s pametnimi telefoni

»Da kupcem zagotovimo, da je tisto, kar bodo kupili in nato zaužili, pridelano in narejeno točno na tistem območju, ki je omenjeno na nalepki izdelka, bomo vključili nove tehnologije,« poudarja DiStefano.

Nanos, Bled, Maribor in Rogaška Slatina so geografski elementi, ki porabniku pomagajo prepoznati poreklo živil. Dostop do teh informacij mora biti preprost. Najlažje ga je zagotoviti s pametnimi telefoni, zato so nalepko na živilih opremili s spletnimi povezavami in QR-kodami.

SQR-kode, ki jo bodo s pametnimi telefoni »prebrali« z embalaže izdelkov, se bodo kupci povezali s spletno stranjo Slo-

venske turistične organizacije (STO) in njeno znamko I feel Slovenia. »V tej blagovni znamki smo pri Idei 3 prepoznali močno sporočilo, ki pravi, da je Slovenija kraj, kjer se srečujejo kulinarika raznolikost in lokalni okusi. Na spletni podstrani bomo predstavili vse kmetije, ki nastopajo pod našimi znamkami. Takšno sodelovanje z STO bo kupcu omogočilo, da bo prek QR-kode odkril celotno geografsko območje, na katerem je bilo živilo pripravljeno, ter vse njegove zgodovinske, geografske in kulinarčne posebnosti. Nato pa se bo lahko podal na odkrivanje tega območja v prvi osebi, in sicer s kolesom ali z avtom ali vlakom,« še pravi Enzo DiStefano.

AGRO  
BIZNIS

Partnerji projekta:

Mercator

DBS

SAT  
JERUZALEM CROST SAT...

Planika  
MLEKARNA

Kmečka zadruga  
Gornica

SEMNARNA  
Ljubljana

KLET BRDA  
Družinski vinogradi

Kmetijsko gozdarska zbornica Slovenije

ZADRUŽNA ZVEZA  
SLOVENIJE, z.o.o.

HMEZAD  
e x i m

SLOVENSKI  
REPUBLICANSKI  
RAZVOJNI  
GRAD

METLIKA

Krepko  
Mlekarna Krepko

Agro Zavarovalnica  
RZ

akupina  
panvita

VINAKRAS  
BEZANA

InfoHit  
computers