

### NARAVNE DANOSTI IN STRUKTURA

#### 474.633 ha KMETIJSKIH ZEMLJIŠČ (KZU)

- 57 % trajni travniki in pašniki
- 37 % njive
  - 8 ar/prebivalca
- 6 % trajni nasadi
- 76 % OMD (73 % gorska)

#### 37 % NATURA 2000

- 20 % kmetijskih zemljišč

#### 69.902 KMETIJSKIH GOSPODARSTEV (KMG)

- 231 podjetij
- 69.671 družinskih kmetij
  - 29.523 pretežno tržnih
- 7 ha KZU/KMG povprečno
- 9,1 GVŽ/KMG povprečno

#### 1.633 MIO EUR VREDNOST KMETIJSKE PROIZVODNJE

- 54 % rastlinska
- 46 % živinoreja
  - 30 % govedo in mleko

### POVEZOVANJE

#### POGODBENO

#### ORGANIZACIJE / SKUPINE PROIZVAJALCEV

#### ZADRUŽNO

### ZADRUŽNO POVEZOVANJE

#### 60 ZADRUG, ČLANIC ZZS

- zadrugi odkup in oskrba
- predelava
- trženje

#### 13.500 DRUŽINSKIH KMETIJ

- 46 % od vseh tržnih

#### 330 TRGOVIN NA PODEŽELJU

#### 2.700 DELOVNIH MEST V ZADRUGAH

#### 900 MIO EUR VSEH PRIHODKOV

- 50 % trženje pridelka

#### 3 MIO EUR DOBIČKA



## VRZELI

### NIZKA CENOVNA KONKURENČNOST KMETIJSTVA

- naravni dejavniki, razdrobljena in razpršena struktura, diverzificirana dejavnost, majhna ekonomija obsega

### ŠIBKA VERTIKALNA POVEZANOST VERIGE

- individualna trenutna korist nad skupno in dolgoročno

### POMANJKANJE INVESTICIJSKEGA KAPITALA V VERIGI

- vremenski vplivi in zahteve družbe (okoljske, dobrobit živali, ...), tehnološka nekonkurenčnost

### CENE KMETIJSKIH PRIDELKOV NE POKRIJEJO DODATNIH STROŠKOV TRAJNOSTI

### EKONOMSKI IN SOCIALNI TEMELJ TRAJNOSTI PODREJENA OKOLJSKEMU

### NEPOVEZANOST URADNIH BAZ PODATKOV IN POMANJKLJIV NADZOR POREKLA

- ugodno okolje za potvorbe porekla in posledično nizko zaupanje kupcev

## UKREPI

### DOLGOROČNA STRATEGIJA KMETIJSTVA IN ŽIVILSTVA

- potencial sektorske samooskrbe oz. po posameznih vrstah znotraj sektorja (S&Z); prehranska suverenost nadcilij, ukrepi SKP orodje

### CILJNE INVESTICIJE V INFRASTRUKTURO, TEHNOLOŠKI NAPREDEK, KADRE IN ZNANJE

- pozitivna diskriminacija verige, ki temelji na surovini slovenskega porekla

### PRAVNE PODLAGE ZA SKLEPANJE SPORAZUMOV, DOGOVOROV V VERIGI V SKLADU S PRAVILI KONKURENCE

- medpanožne organizacije – platforma za dialog, spodbujanje dobrih praks in preglednost trga, prerazporejanje vrednosti in partnersko prevzemanje rizikov poslovnega okolja

### ENOTEN INFORMACIJSKI SISTEM ZA NADZOR MASNIH TOKOV PO POREKLU IN UGOTAVLJANJE ODMIKOV V REALNEM ČASU, SODOBNE METODE ZA UGOTAVLJANJE PRISTNOSTI POREKLA



## CILJI

### STABILNEJŠE IN PREDVIDLIVEJŠE POSLOVNO TER PARTNERSKO OKOLJE

### TEHNOLOŠKO IN STROŠKOVNO UČINKOVITEJŠA VERIGA, KI TEMELJI NA SLOVENSKI SUROVINI

- pridelava – zbiranje, priprava za trg, trženje – predelava – trgovina

### PRAVIČNA PORAZDELITEV VIŠJIH STROŠKOV TRAJNOSTI, DOBROBITI ŽIVALI

- država – partnerji v verigi – končni potrošnik

### SLOVENSKO POREKLO IN SHEMA KAKOVOSTI IK-SI NAJPOMEMBNEJŠI NAKUPNI DEJAVNIK

### PREHRANA RANLJIVIH SKUPIN, TEMELJEČA NA ŽIVILIH SLOVENSKEGA POREKLA, SHEMAH KAKOVOSTI

- javni interes – zmanjševanja erozije habitatov in biodiverzitete ter emisij TPG na globalni ravni ter tveganj za kronične nenalezljive bolezni na lokalni ravni – nižji stroški okoljske, zdravstvene in socialne blagajne na dolgi rok

### VITALNO, PRODUKTIVNO, SLIKOVITO IN SOCIALNO VARNO SLOVENSKO PODEŽELJE

- temelj trajnosti so družinske kmetije, generator trajnostnega turizma in storitev na podeželju

### 5 TRGOVINSKIH VERIG POKRIVA 85 % SLOVENSKEGA TRGA

- 4 mednarodne verige, 1 lokalna
- več kot 85 % tržni delež
- hiper/super marketi

### DRUGO MESTO PO PRODAJNI POVRŠINI NA PREBIVALCA V EU

- 380 m<sup>2</sup>/1000 prebivalcev<sup>1</sup>  
(Vir: Cushman & Wakefield)

### INTENZIVNO OGLAŠEVANJE

- med prvih 20 oglaševalci na 1., 2., 3. in 12. mestu<sup>2</sup>
- med prvih 20 ni nobenega slovenskega živilskega podjetja<sup>2</sup>

### VELIKA KONKURENČNOST MED TRGOVCI

- tekmovanje za nizke cene, ki ga spodbujajo ukrepi države
- pritiski na odkupne cene

### 252 MIO EUR BRUTO VREDNOST OGLAŠEVANJA 5 TRGOVINSKIH VERIG V 2022<sup>2</sup>

- 45 % bruto vrednosti prvih 20 oglaševalcev<sup>2</sup>
- 6 % prihodkov živilsko-predelovalne industrije v Sloveniji (ŽPI)<sup>3</sup>
- 34 % dodane vrednosti ŽPI<sup>3</sup>
- 1,5 X čisti dobiček ŽPI<sup>3</sup>
- 30 % vseh prihodkov zadrug ZZS<sup>4</sup>
- 60 % prihodkov zadrug ZZS iz prodaje pridelka<sup>4</sup>
- 85 X dobiček zadrug ZZS<sup>4</sup>
- 84 X 3 letni proračun za promocijo sheme kakovosti izbrana kakovost Slovenija
- 90 % vrednosti skupnih sredstev SN SKP 2023–2027 za naložbe v kmetijsko proizvodnjo in predelavo kmetijskih pridelkov<sup>5</sup>

<sup>1</sup> Vir: Cushman&Wakefield

<sup>2</sup> Vir: Mediana, Marketing magazin, marec 2023

<sup>3</sup> Preračun glede na podatke iz Poročila o stanju kmetijstva, živilstva, gozdarstva in ribištva v letu 2022

<sup>4</sup> Preračun glede na podatke AJPES za zadruge, članice ZZS

<sup>5</sup> Brez naložb v namakalno infrastrukturo in zemljiške operacije

