WARSZAWA, 06.03.2019 r.

**Ruszyła kampania promująca system jakości Certyfikowany Produkt (CP)  
przeznaczony dla branży owocowo-warzywnej.**

**Dlaczego warto dołączyć do systemu i uzyskać certyfikat jakości?**

**Konsumenci są coraz bardziej świadomi, że to co spożywają ma realny wpływ na funkcjonowanie ich organizmu. 85% badanych deklaruje, że zwraca uwagę na informacje zawarte na etykiecie właśnie pod kątem wpływu danego produktu na zdrowie.[[1]](#footnote-2) Odpowiedzią branży owocowo-warzywnej na te potrzeby jest system jakości Certyfikowany Produkt (CP). Znak jakości CP na produkcie gwarantuje kupującym, że sięgają po produkt o wysokiej wartości odżywczej, a producentom ułatwia wyróżnienie ich artykułów na sklepowej półce. Ich rozpoznawalność zwiększy także kampania promująca system jakości Certyfikowany Produkt (CP) – w tym reklama w TV i VOD oraz działania PR.**

Szeroka oferta produktów spożywczych powoduje, że konsumenci mają problem z łatwym odnalezieniem tych najbardziej wartościowych. 1/3 respondentek (29%) nie uważa informacji podanych na ich etykiecie za wiarygodne, czyli sądzi, że produkt nie zawsze ma takie cechy i skład, jak zapewnia producent. Badane bardziej ufają produktom posiadającym certyfikat – aż 87% z nich wybrałoby produkt certyfikowany, nawet jeśli byłby on droższy[[2]](#footnote-3). Odpowiedzią branży owocowo-warzywnej na potrzeby współczesnego konsumenta jest wprowadzony przez Stowarzyszenie Krajowa Unia Producentów Soków (KUPS) system jakości Certyfikowany Produkt (CP). Znak jakości CP na opakowaniu to gwarancja, że kupujący sięga po produkt z owoców i warzyw o wysokiej wartości odżywczej, do którego nie dodano żadnych cukrów oraz substancji słodzących (słodzików), a pożądaną słodycz osiągnięto poprzez skład produktu w oparciu o naturalne surowce, oraz że nie dodano do niego żadnych substancji konserwujących, barwników ani aromatów innych niż pochodzące z owoców lub warzyw. Jedną z możliwości po uzyskania Certyfikatu Jakości CP jest opatrzenie produktu oświadczeniami żywieniowymi i zdrowotnymi (zgodnie z przepisami unijnymi[[3]](#footnote-4)), które wynikają z jego składu. Dzięki temu konsumenci otrzymują – podaną w przystępny sposób – informację na temat tego, jakie substancje odżywcze dany produkt zawiera oraz jaki jest ich wpływ na organizm człowieka.

**Kampania promująca system jakości Certyfikowany Produkt**

**Sekretarz Generalny KUPS,** **Barbara Groele** – *Dla przedsiębiorców opatrzenie swoich produktów logotypem systemu jakości Certyfikowany Produkt (CP) oznacza możliwość wyróżnienia ich spośród innych, dostępnych na rynku poprzez wyraźne oznakowanie, które w jasny i prosty sposób komunikuje ich wysoką wartość odżywczą. Potwierdzają to sami konsumenci – dla 92% badanych znak jakości CP jest czytelny i przydatny[[4]](#footnote-5). Inną korzyścią z przystąpienia do systemu jakości Certyfikowany Produkt (CP) jest kampania promująca system CP w mediach, która – poprzez promowanie logotypu CP zwiększa jednocześnie rozpoznawalność produktów, które posiadają go na etykiecie.*

System jakości Certyfikowany Produkt (CP) promuje kampania pod nazwą „Promocja certyfikacji innowacyjnych przetworów z owoców i warzyw”. Obejmuje ona działania skierowane do konsumentów, przedsiębiorców oraz środowisk naukowych i opiniotwórczych. W jej ramach startuje właśnie kampania reklamowa w kanale VOD, z planowaną liczbą ok. 9 mln odsłon. Spoty promujące system jakości CP wyświetlane będą także na ekranach, w 28 lokalizacjach jednej z sieci handlowych. Dodatkowo dokonujący zakupów online klienci otrzymają ulotki wyjaśniające korzyści z sięgania po produkty oznaczone logotypem CP. Otrzymają je również konsumenci w ramach zaplanowanych spotkań bezpośrednich. Ważnym elementem promocji są także skierowane do prasy i internetu działania Public Relations. Merytoryczny nadzór nad wszystkimi materiałami powstającymi w ramach kampanii objęli przedstawiciele środowiska naukowego, którzy biorą też udział w wydarzeniach naukowych skierowanych do przedstawicieli środowisk opiniotwórczych, w tym zajmujących się tematyką żywienia i zdrowia publicznego. Z kolei na stworzonej specjalnie stronie internetowej [www.certyfikowanyprodukt.pl](http://www.certyfikowanyprodukt.pl) konsumenci mogą zapoznać się produktami, które już uzyskały certyfikat CP. Producenci znajdą na niej natomiast informacje na temat tego, jak przystąpić do systemu jakości CP oraz szczegółowe wymagania, jakie muszą spełniać objęte nim produkty.

Za zaplanowaną do końca grudnia 2019 roku kampanię odpowiadają Rebel Media oraz agencja PR Hub.

**KONTAKT DLA MEDIÓW:**

Julia Walczewska, Junior Account Executive

PR Hub Sp. z o. o.

e-mail: julia.walczewska@prhub.eu

tel. +48 516 168 873

Barbara Groele

Stowarzyszenie Krajowa Unia Producentów Soków, Sekretarz Generalny

e-mail: b.groele@kups.org.pl

tel. 22 606 38 63

1. Dane z badania Promocja Certyfikacji Innowacyjnych Przetworów z Owoców i Warzyw, IQS Sp. z o. o., grudzień 2018, Badanie I, matki dzieci w wieku 3-18 lat, N=248 [↑](#footnote-ref-2)
2. Ibidem [↑](#footnote-ref-3)
3. Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1924/2006 z dnia 20 grudnia 2006 r. w sprawie oświadczeń żywieniowych i zdrowotnych dotyczących żywności [↑](#footnote-ref-4)
4. Ibidem [↑](#footnote-ref-5)