



COOP Jednota Slovensko, spotrebné družstvo  
Bajkalská 25, 827 18 Bratislava  
[media@coop.sk](mailto:media@coop.sk) | [www.coop.sk](http://www.coop.sk) | [www.facebook.com/COOPJednota](https://www.facebook.com/COOPJednota)  
Kontakt: Mgr. Zuzana Peiger Ačjaková | +421 918 597 477

Tlačová správa

## Mliečny sortiment privátnych značiek boduje o spotrebiteľov: Je kvalitný a cenovo výhodný

Bratislava, 20. máj 2019 – Mlieko, smotana, syry, jogurty či mliečne dezerty. Výrobkov z mlieka nájdeme v obchodoch neúrekom. Vybrať si z toľkého množstva chutí a obalov nie je jednoduché. Výbornou alternatívou sú privátne značky ponúkajúce kvalitu za výhodnejšiu cenu. Slovenský trh ich ponúka viacero. Zaužívaná fráza, čím väčšie množstvo, tým ťažší výber nemusí platiť, pokiaľ sa vedú spotrebiteľia dobre orientovať. Pri nákupe výrobkov z mliečneho sortimentu preto odporúčame zamerať sa na čerstvosť a kvalitu, ktorú prinášajú poctiví slovenskí potravinári. Najviac slovenských výrobkov, až 70 % z celkového predaja, ponúka maloobchodná sieť COOP Jednota. V produktoch vlastnej značky je to dokonca viac ako 80 %. A práve toto je cesta pre všetkých zákazníkov hľadajúcich kvalitné potraviny za výhodnejšiu cenu.

*„Ponuka čerstvých a kvalitných slovenských potravín je hlavnou zásadou nášho obchodného systému. Všetky tieto atribúty sa týkajú aj produktov, ktoré ponúkame pod obalmi vlastnej značky. Naši zákazníci vedia, že pri návšteve obchodu môžu svoj nákupný košík vyskladať zo širokého sortimentu výrobkov vlastnej značky, ktorá je zárukou kvality a zároveň zvýhodnenej ceny. U spotrebiteľov je mimoriadne obľúbená, o čom svedčí aj fakt, že tento rok oslavujeme 20 rokov od vstupu prvého produktu vlastnej značky na trh,“* uviedol Ján Bilinský, generálny riaditeľ COOP Jednoty Slovensko.

V roku 1999 sa na pultoch predajní objavil prvý výrobok pod vlastnou značkou Dobrá cena Polotučné mlieko a odvtedy sa počet výrobkov veľmi rýchlo rozširoval. Aktuálne ich COOP Jednota ponúka viac ako 700, v mliečnom sortimente si môžu zákazníci vybrať až z 97 produktov v kategóriách Dobrá cena, Tradičná kvalita, Mamičkiné dobroty, Active life alebo Premium. Mlieko zostalo jedným z najpredávanejších výrobkov vo svojom sortimente. Medzi čerstvými mliekami si zákazníci môžu vybrať mlieko polotučné 1,5% a plnotučné 3,6%, z trvanlivého mlieka je to mlieko nízkotučné 0,5%, polotučné 1,5 %, plnotučné 3,5 %.

Dôležitosť podpory slovenskej produkcie obchodníkmi vyzdvihol pri príležitosti Medzinárodného dňa mlieka aj Stanislav Voskár, prezident Slovenského mliekarenského zväzu. *„Slovenskí mliekari sa dlhodobo snažia o zvýšenie spotreby mlieka a mliečnych výrobkov, ktorá je v našej krajine nízka (176 kg/os./rok oproti odporúčaným 220). Vítame preto každý počin obchodníkov, ktorý vedie ku väčšiemu priestoru pre slovenských potravinárov. Podpora obchodu smerom k domácejmu mlieku a mliečnym výrobkom nám pomáha stabilizovať mliečny sektor, tvoriť pridanú hodnotu doma a napokon motivovať prvovýrobcov k vyššej produkcii. Tú už teraz potrebujeme vzhľadom k rastúcej spotrebe,“* povedal S. Voskár.

### **Mamičkine dobroty**

Medzi najpopulárnejšie vlastné značky spomedzi všetkých reťazcov patria Mamičkine dobroty, ktoré vo svojich predajniach ponúka práve COOP Jednota. „Naši zákazníci tieto výrobky ľahko identifikujú podľa atraktívneho obalu s ľudovými motívmi. Pri výbere produktov patriacich do tejto kategórie sme sa inšpirovali tradičnými domácimi jedlami našich mám a starých mám, na ktoré sme zvyknutí z detstva. Obzvlášť mliečny sortiment je u spotrebiteľov veľmi obľúbený. Ide o mimoriadne kvalitné produkty, všetky výlučne slovenského pôvodu,“ doplnil Branislav Lellák, vrchný riaditeľ obchodnej sekcie COOP Jednoty Slovensko. Mamičkine dobroty patria medzi najstaršie kategórie, na trhu sú už viac ako desaťročie. Keďže dopyt po tejto kategórii neustále rastie, rozširuje sa aj ponuka výrobkov pod touto značkou. V roku 2008 patrilo pod túto kategóriu 15 tovarov, na konci roku 2018 ich už bolo 35. „Najpredávanejšou položkou je UHT mlieko 3,5 %, v posledných rokoch zaznamenávame aj nárast v nákupe Zakysanky, UHT smotany na šľahanie či napríklad zakysaného plnotučného mlieka. Z mliečnych výrobkov sú medzi našimi detskými zákazníkmi veľmi obľúbené dezerty Jednotáčik, ktoré ponúkame v príchuťi kakao a vanilka. Vyrobené sú podľa tradičnej receptúry, obsahujú až 51 % tvarohu a 26 % smotany. Populárne sú aj naše kakaové a vanilkové Jogurtíky – smotanové jogurty s dražé z mliečnej čokolády,“ vysvetlil Branislav Lellák.

### **Garancia kvality pod vlastnou značkou**

Obchodný systém COOP Jednota si dáva veľmi záležať na kvalite výrobkov predávaných pod vlastnou značkou, preto pravidelne zabezpečuje ich monitorovanie v akreditovaných laboratóriách. Okrem toho ponúka obdobné výrobky k brandovým produktom, ktorým za výnimočnú kvalitu udelilo Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR titul Značka kvality SK. Tieto isté produkty, avšak v šate obalu vlastnej značky, nájdete u spotrebiteľa pri výrobkoch s logom COOP, napr. COOP Dezert s tvarohom a malinami/marhuľami, COOP Maslo tradičné 100 g/250 g, COOP Syr tekovský neúdený/údený, COOP Parenica neúdená/údená, COOP Pološtiepok údený, COOP Jogurt biely/jahodový/čokoládový, COOP Mlieko UHT plnotučné, COOP Mlieko trvanlivé, COOP Plesnivec, COOP Smotana na varenie/šľahanie 33 %, COOP Smotana kyslá, COOP Syr Cottage cheese biely, atď.

### **Výrobky s chráneným zemepisným označením**

Originálne tradičné potraviny z regiónov Slovenska nesmú na pultoch maloobchodnej siete chýbať. Tradičný predajca COOP Jednota ponúka svojim zákazníkom aj niečo navyše – výrobky s unikátnym chráneným zemepisným označením. Takýchto produktov máme na Slovensku medzinárne uznaných len desať a jeden z nich, Tekovský salámový syr, je skrytý aj pod obalom vlastnej značky s logom COOP, čo pre zákazníkov predstavuje výhodnejšiu cenovú alternatívu.

To, že vlastné značky sú mimoriadne obľúbené, dokazujú aj výsledky prieskumu realizovaného agentúrou Nielsen. „Oslovení zákazníci hodnotia privátne značky COOP Jednota ako kvalitné, slovenské, tradičné, cenovo dostupné a radi ich nakupujú. Hlavnými kategóriami nákupu sú predovšetkým mliečne produkty, základné potraviny, ako múka, cestoviny, ryža, sladké či slané snacky a nealkoholické nápoje. Väčšinu produktov mliečnych výrobkov a základných potravín nakupujú cielene a automaticky, nakoľko ich poznajú,“ zhodnotila agentúra Nielsen.

