



Výstavy a veľtrhy podporované Ministerstvom pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR, Značka kvality

Mgr. Danica Korimová
odbor obchodu

Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka Slovenskej republiky



Informačný deň pre potravinárov, 20.3.2026

Obsah

- **KALENDÁR VEĽTRHOV A VÝSTAV 2026**
- **ON-LINE EXPORTNÝ KATALÓG – BESTSLOVAKFOOD.COM**
- **ZNAČKA KVALITY**

Kalendár veľtrhov a výstav 2026

- **Domáce a zahraničné výstavy, veľtrhy a podujatia podporované MPRV SR**
- *účasť spracovateľov - potravinárov na výstave - preplatenie oprávnených nákladov: nájom a výstavba stánku, zariadenie stánku, ubytovanie, doprava a iné oprávnené náklady v rámci Schémy minimálnej pomoci na účasť spracovateľa (de minimis)č. DM-50/2024*
- *Dotácia prostredníctvom Pôdohospodárskej platobnej agentúry na základe výzvy – predpokladaný termín vyhlásenia výzvy september/október 2026*

- Kalendár veľtrhov a výstav 2026 je v procese administrácie a bude zverejnený v apríli vo Vestníku Ministerstva pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR a na webovom sídle MPRV SR v časti **Potravinárstvo a obchod / Propagácia/ Kalendár veľtrhov a výstav**



Kalendár veľtrhov a výstav 2026 (NÁVRH) - potravinárske výstavy a veľtrhy podporované MPRV SR v roku 2026

Domáce výstavy a veľtrhy ()

1. DANUBIUS GASTRO, Bratislava, 29.01. – 31.01.2026
2. AGROKOMPLEX, Nitra, 02.09. – 06.09.2026

Zahraničné výstavy a veľtrhy ()

1. Food EXPO, Atény, Grécko, 14.03. – 16.03.2026
2. IFE , Londýn, Spojené kráľovstvo, 30.03. – 01.04.2026
3. World Food Poland, Varšava, Poľsko, 14.04. – 16.04.2026
4. SIAL 2026, Paríž, Francúzsko, 17.10. – 21.10.2026
5. PLMA, Amsterdam, Holandsko, 19.05. – 20.05.2026
6. China International Import Expo in Shanghai CIIE, Šanghaj, Čína, 5.-10.11.2026
7. Země živitelka 2026, CZ, České Budějovice, 20.8-25.8.2026
8. The Ultimate CEE Wine Fair - Discover Central & Eastern Europe, Londýn, Spojené kráľovstvo, 01.06.2026
9. Enoexpo Krakow, Krakov, Poľsko 4.-6.11.2026
10. RAW Wine, Shenzen, Čína, 15.-16.5.2026



On-line Exportný katalóg

GOOD
IDEA
SLOVAKIA

Slovak Food
EXPORTS

- <https://bestslovakfood.com/>

- ✓ webová stránka je určená pre slovenské veľvyslanectvá a ekonomických diplomatov - nástroj na prezentovanie slovenských produktov počas ich rokovaní pri hľadaní nových odbytových možností pre slovenské spoločnosti a zároveň je určená aj pre všetkých zahraničných nákupcov, distribútorov, importérov, zástupcov maloobchodných a veľkoobchodných sietí
- ✓ do tejto databázy **sa môže prihlásiť ZDARMA každá slovenská potravinárska spoločnosť, ktorá exportuje mimo územia SR alebo to má vo svojej dlhodobej stratégii**
- ✓ slúži pre MPRV SR aj ako platforma na komunikáciu informácií a podujatí

The screenshot displays the website's interface. At the top, there is a navigation bar with the 'GOOD IDEA SLOVAKIA' logo and 'Slovak Food EXPORTS' text. Below this is a main banner image of a sunset over mountains. A 'NEWS' section follows, featuring articles such as 'FOR SLOVAK COMPANIES - KALENDÁR VEETRHOV A VÝSTAV 2021' and 'FOR SLOVAK COMPANIES - SEMINÁR ON-LINE INDUSTRY DAY - NOVÝ OBCHODNÝ REŽIM SO SPOJENÝM KRÁČOVSTVOM'. The bottom part of the screenshot shows a filter grid with categories like 'DAIRY', 'SNACKS', 'WINE', and 'MEAT', along with logos for brands like Honeyshop, Martin's, Tami, Lyra, A & Z, and Levnické Mliekárne.

Značka kvality

Efektívne budovanie dôvery a rozpoznateľnosti značky



Princípy Značky kvality MPRV SR



Podpora slovenských potravín

Program zvyšuje povedomie o domácich produktoch a zjednocuje ich vizuálne označenie pre lepšiu identifikáciu.

Dôvera a kvalita produktov

Značka kvality garantuje vysokú kvalitu, kontrolovaný pôvod a zodpovedné spracovanie surovín.

Podpora tradície a výrobcov

Program zdôrazňuje lokálnu produkciu, remeselné postupy a motivuje výrobcov k zvyšovaniu kvality.

Budovanie identity a konkurencieschopnosti

Značka kvality pomáha budovať identitu slovenských potravín a posilňuje konkurencieschopnosť domácich výrobcov.



Ciele Značky kvality



Posilnenie dôvery v produkty

Cieľom je zvýšiť dôveru v bezpečnosť a kvalitu slovenských potravín pravidelnými kontrolami a certifikáciou.

Podpora domáceho predaja

Stratégia podporuje rast predaja domácich potravín pred dovozovými alternatívami pre zvýšenie potravinovej sebestačnosti.

Emocionálne prepojenie so značkou

Značka sa prezentuje ako súčasť slovenskej identity, tradičných chutí a kultúrneho dedičstva na posilnenie vzťahu so spotrebiteľmi.

Komunikačný mix a marketing

Kombinácia digitálnych kampaní, retail aktivít, influencerov a rôznych podujatí zvyšuje povedomie a predaj značky.



Cieľové skupiny



Primárni spotrebitelia

Bežní spotrebitelia vo veku 25 až 65 rokov preferujú bezpečnosť, kvalitu a pôvod potravín pri nákupe.

Rodiny s deťmi

Rodiny kladú dôraz na zdravotnú nezávadnosť potravín, zabezpečujú zdravie svojich detí.

Lokálpatrioti a ekologickí spotrebitelia

Podpora domácej ekonomiky a znižovanie uhlíkovej stopy sú hlavné motivácie tejto skupiny.

Sekundárne skupiny

Výrobcovia, farmári a obchodné reťazce využívajú certifikáciu na zvýšenie dôveryhodnosti a odlišenie produktov.



Požiadavky na získanie Značky kvality

- Výrobok, musí vykazovať kvalitatívne charakteristiky, ktoré žiadateľ popíše v technickej dokumentácii.
- Predpísaná spotreba domácich surovín u všetkých výrobkov musí byť najmenej 75 %
- Všetky fázy výrobného procesu sa musia uskutočňovať na území Slovenskej republiky, s výnimkou surovín z dovozu.
- Výrobky, ktoré majú nadštandardné kvalitatívne vlastnosti, t.j. svojimi kvalitatívnymi parametrami výrazne prevýšia im podobné výrobky na trhu, na základe odborného posúdenia a na odporúčanie komisie získajú Značku kvality 2. stupňa



Online a offline komunikácia

Online komunikácia

Sociálne siete ako Instagram a Facebook využívajú vizuálny obsah na prezentovanie príbehov výrobcov a receptov.

Webový informačný portál

Stránka znackakvality.sk poskytuje kategórie výrobkov, výzvy pre producentov a aktuálne informácie o potravinárstve.

Offline komunikácia v obchodoch

Špeciálne regálové zóny pomáhajú spotrebiteľom ľahko nájsť produkty so značkou kvality.

Reklama a PR

Billboardy, printová reklama a PR články informujú o úspechoch producentov a dodávajú značke dôveru.



Podporné aktivity a podujatia

Hlavné podujatia a interakcia

Agrokomplex a podobné podujatia umožňujú priamu interakciu spotrebiteľov s výrobkami a odborníkmi v potravinárstve.

Podporné atrakcie a aktivity

Sprievodné aktivity zahŕňajú varenia naživo, farmárske prezentácie a detské zábavy na podporu záujmu o značku.

Edukačné kampane a digitálne nástroje

Kampane vysvetľujú proces udeľovania značky a používajú videá, infografiky a interaktívne prezentácie na sociálnych sieťach.



Vizuálna identita značky

Národné farby značky

Značka používa modrú, červenú a bielu farbu ako symbol slovenského pôvodu produktov a národnej identity.

Jednotný vizuálny štýl

Grafické materiály zabezpečujú konzistentnú komunikáciu na obaloch, letákoch a billboardoch pre dôveru zákazníkov.

Moderné a tradičné prvky

Kombinácia minimalistických grafických prvkov a tradičného dizajnu zdôrazňuje kvalitu, poctivosť a tradíciu.



Meranie úspechov a kľúčové ukazovatele



Nárast povedomia o značke

Povedomie o značke sa hodnotí pomocou prieskumov verejnej mienky medzi spotrebiteľmi, ktoré ukazujú rastúci záujem.

- Aktuálny počet výrobcov - 273

Počet certifikovaných výrobkov

Rast počtu výrobkov s certifikátom Značky kvality potvrdzuje záujem producentov a úspech marketingovej stratégie.

- Aktuálny počet výrobkov - 1068





Ďakujem za pozornosť

Mgr. Danica Korimová
odbor obchodu

sekcia potravinárstva a obchodu

Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka SR

Kontakt: danica.korimova@land.gov.sk; tel.: +421 908 296 575

