



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KMETIJSTVO,
GOZDARSTVO IN PREHRANO

Dunajska cesta 22, 1000 Ljubljana

T: 01 478 90 00

F: 01 478 90 21

E: gp.mkgp@gov.si

www.mkgp.gov.si

Številka: 3314-2/2026-7

Ljubljana, 9. 3. 2026

EVA (če se akt objavi v Uradnem listu RS)

GENERALNI SEKRETARIAT VLADE REPUBLIKE SLOVENIJE

gp.gs@gov.si

ZADEVA: Soglasje k zakupu oglasnega prostora za promocijo proizvodov iz sektorjev sadja, mleka in mesa, ki se izvaja na podlagi Zakona o promociji kmetijskih in živilskih proizvodov, in promocijo ekološke in drugih shem kakovosti, ki se izvaja na podlagi Zakona o hrani – predlog za obravnavo

1. Predlog sklepov vlade:

Na podlagi šestega odstavka 21. člena Zakona o Vladi Republike Slovenije (Uradni list RS, št. 24/05 – uradno prečiščeno besedilo, 109/08, 38/10 – ZUKN, 8/12, 21/13, 47/13 – ZDU-1G, 65/14, 55/17, 163/22 in 57/25 – ZF) in 3. točke Sklepa Vlade Republike Slovenije št. 00700-24/2023/6 z dne 7. 12. 2023 je Vlada Republike Slovenije na..... seji pod točko.... dne.....sprejela naslednji

S K L E P :

1. Vlada Republike Slovenije soglaša z zakupom oglasnega prostora za promocijo proizvodov iz sektorjev sadja, mleka in mesa na podlagi zakona, ki ureja promocijo kmetijskih in živilskih proizvodov, ki jo bo Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano izvajalo od 1. aprila do 30. novembra 2026.

2. Vlada Republike Slovenije soglaša z zakupom oglasnega prostora za promocijo proizvodov iz shem kakovosti – ekološki proizvodi, zaščitena označba porekla, zaščitena geografska označba in zajamčena tradicionalna posebnost, na podlagi zakona, ki ureja hrano, ki jo bo Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano izvajalo od 1. aprila do 30. novembra 2026.

Barbara Kolenko Helbl
generalna sekretarka

Sklep prejmejo:

- Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano,
- Ministrstvo za finance,
- Služba Vlade Republike Slovenije za zakonodajo,
- Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje.

2. Osebe, odgovorne za strokovno pripravo in usklajenost gradiva:

- Nataša Krese, vodja Službe za krepitev in razvoj resorja,
- mag. Andrej Potočnik, podsekretar, Oddelek za promocijo resorja.

3. Zunanji strokovnjaki, ki so sodelovali pri pripravi dela ali celotnega gradiva:

/

4. Predstavniki vlade, ki bodo sodelovali pri delu državnega zbora:

/

5. Kratek povzetek gradiva:

Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano (v nadaljnjem besedilu: MKGP) v okviru aktivnosti za doseganje trajnostnih prehranskih sistemov izvaja tudi več projektov promocije za povečanje potrošnje lokalne in ekološke hrane oziroma lokalnih proizvodov iz shem kakovosti. Na podlagi Zakona o promociji kmetijskih in živilskih proizvodov (Uradni list RS, št. 26/11 in 57/12) se izvaja promocija za različne sektorje že od leta 2016. Od leta 2012 se je izvajala promocija ekološkega kmetijstva in drugih shem kakovosti, ki se bo z letom 2026 izvajala na podlagi Zakona o hrani (Uradni list RS, št. 100/25).

Proizvodnja hrane je eno izmed strateško najpomembnejših nacionalnih področij. To področje je postalo izredno pomembno predvsem zaradi različnih globalnih kriz, ki poudarjajo pomen povečanja samooskrbe. MKGP zato s promocijskimi aktivnostmi spodbuja zaupanje potrošnikov v slovensko hrano in ozavešča celotno družbo, da je odločitev za nakup lokalne in ekološke hrane oziroma lokalne hrane iz drugih shem kakovosti predvsem pomembna tako z vidika samooskrbe, pospeševanja razvoja slovenskega podeželja in domače živilske industrije, ohranjanja lokalnih delovnih mest, kot z vidika zdravja okolja in prebivalcev. Soglasje se nanaša na klasično medijsko oglaševanje, torej zakup oglasnega prostora, ki se bo izvajal v obdobju od 1. 4. 2026 do 30. 11. 2026.

6. Presoja posledic za:

a)	javnofinančna sredstva nad 40.000 EUR v tekočem in naslednjih treh letih	DA/NE
b)	usklajenost slovenskega pravnega reda s pravnim redom Evropske unije	DA/NE
c)	administrativne posledice	DA/NE
č)	gospodarstvo, zlasti mala in srednja podjetja ter konkurenčnost podjetij	DA/NE
d)	okolje, vključno s prostorskimi in varstvenimi vidiki	DA/NE
e)	socialno področje	DA/NE
f)	dokumente razvojnega načrtovanja: – nacionalne dokumente razvojnega načrtovanja – razvojne politike na ravni programov po strukturi razvojne klasifikacije programskega proračuna – razvojne dokumente Evropske unije in mednarodnih organizacij	DA/NE

7.a Predstavitev ocene finančnih posledic nad 40.000 EUR:

(Samo če izberete **DA** pod točko 6.a.)

I. Ocena finančnih posledic, ki niso načrtovane v sprejetem proračunu				
	Tekoče leto (t)	t + 1	t + 2	t + 3
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) prihodkov državnega proračuna	/	/	/	/
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) prihodkov občinskih proračunov	/	/	/	/
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) odhodkov državnega proračuna	/	/	/	/
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) odhodkov občinskih proračunov	/	/	/	/
Predvideno povečanje (+) ali zmanjšanje (–) obveznosti za druga javnofinančna sredstva	/	/	/	/
II. Finančne posledice za državni proračun				
II.a Pravice porabe za izvedbo predlaganih rešitev so zagotovljene:				
Ime proračunskega uporabnika	Šifra in naziv ukrepa, projekta	Šifra in naziv proračunske postavke	Znesek za tekoče leto (t)	Znesek za t + 1
Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano	2330-25-0010 - Promocija v sektorju SADJA 2025 - 2027	147310 – Informiranje in promocija kmetijskih in živilskih proizvodov	105.000	
Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano	2330-25-0010 - Promocija v sektorju SADJA 2025 - 2027	130024 – Obvezni prispevek po Zakonu o promociji kmetijskih in živilskih proizvodov.	50.000	
Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano	2330-23-0024 - Promocija v sektorju MESA 2023-2026	147310 – Informiranje in promocija kmetijskih in živilskih proizvodov	220.000	

Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano	2330-23-0024 - Promocija v sektorju MESA 2023-2026	130024 – Obvezni prispevek po Zakonu o promociji kmetijskih in živilskih proizvodov.	335.000	
Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano	2330-23-0025 - Promocija v sektorju MLEKA 2023-2026	147310 – Informiranje in promocija kmetijskih in živilskih proizvodov	70.000	
Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano	2330-23-0025 - Promocija v sektorju MLEKA 2023-2026	130024 – Obvezni prispevek po Zakonu o promociji kmetijskih in živilskih proizvodov	105.000	
Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano	2330-19-0019 – Generična promocija shem kakovosti	147310 – Informiranje in promocija kmetijskih in živilskih proizvodov	100.000	
Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano	2330-19-0019 – Generična promocija shem kakovosti	147310 – Informiranje in promocija kmetijskih in živilskih proizvodov	100.000	
SKUPAJ			1.085.000	
II.b Manjkajoče pravice porabe bodo zagotovljene s prerazporeditvijo:				
Ime proračunskega uporabnika	Šifra in naziv ukrepa, projekta	Šifra in naziv proračunske postavke	Znesek za tekoče leto (t)	Znesek za t + 1
SKUPAJ				
II.c Načrtovana nadomestitev zmanjšanih prihodkov in povečanih odhodkov proračuna:				
Novi prihodki		Znesek za tekoče leto (t)	Znesek za t + 1	
SKUPAJ				

OBRAZLOŽITEV:**I. Ocena finančnih posledic, ki niso načrtovane v sprejetem proračunu****II. Finančne posledice za državni proračun****II.a Pravice porabe za izvedbo predlaganih rešitev so zagotovljene:**

Vsa navedena sredstva iz PP 147310 – Informiranje in promocija kmetijskih in živilskih proizvodov, ki so v okviru predlaganih projektov oz. ukrepov v Načrtu razvojnih programov prevedena za medijske zakupe, so že planirana v proračunu za leta 2026. Pod šifro ukrepa 2330-19-0019 – Generična promocija shem kakovosti sta v dveh vrsticah v stolpcu »Znesek za tekoče leto (t)« navedena zneska v višini 100.000 EUR. V eni vrstici se zagotavljajo sredstva za zakupom oglasnega prostora za promocijo proizvodov iz sheme kakovosti ekološki proizvodi, v drugi vrstici pa za zakup oglasnega prostora za promocijo proizvodov iz shem kakovosti zaščitena označba porekla, zaščitena geografska označba in zajamčena tradicionalna posebnost.

Sredstva iz PP 130024 so navedena v višini načrtovanih sredstev v proračunu za leto 2026 in bodo namenjena promociji v višini prejetih prilivov oziroma do višine načrtovanih sredstev v proračunu 2026.

II.b Manjkajoče pravice porabe bodo zagotovljene s prerazporeditvijo:

/

II.c Načrtovana nadomestitev zmanjšanih prihodkov in povečanih odhodkov proračuna:

/

7.b Predstavitev ocene finančnih posledic pod 40.000 EUR:

/

8. Predstavitev sodelovanja z združenji občin:

/

Vsebina predloženega gradiva (predpisa) vpliva na:

- pristojnosti občin,
- delovanje občin,
- financiranje občin.

DA/NE

Gradivo (predpis) je bilo poslano v mnenje:

- Skupnosti občin Slovenije SOS: NE
- Združenju občin Slovenije ZOS: NE
- Združenju mestnih občin Slovenije ZMOS: NE

Predlogi in pripombe združenj so bili upoštevani: /

9. Predstavitev sodelovanja javnosti:

Gradivo je bilo predhodno objavljeno na spletni strani predlagatelja:

NE

Gradivo je bilo usklajeno s sektorji, ki so se vključili v izvajanje promocije v skladu z zakonom, ki ureja promocijo kmetijskih in živilskih proizvodov, in Svetom za promocijo kmetijskih in živilskih proizvodov, ki ga je imenovala Vlada RS in ga sestavljajo tudi člani zbornic oziroma nevladnih organizacij.

Mateja Čalušič
ministrica

Priloga 1

Številka:

Datum:

Na podlagi šestega odstavka 21. člena Zakona o Vladi Republike Slovenije (Uradni list RS, št. 24/05 – uradno prečiščeno besedilo, 109/08, 38/10 – ZUKN, 8/12, 21/13, 47/13 – ZDU-1G, 65/14, 55/17, 163/22 in 57/25 – ZF) in 3. točke Sklepa Vlade Republike Slovenije št. 00700-24/2023/6 z dne 7. 12. 2023 je Vlada Republike Slovenije na..... seji pod točko.... dne.....sprejela naslednji

S K L E P :

1. Vlada Republike Slovenije soglaša z zakupom oglasnega prostora za promocijo proizvodov iz sektorjev sadja, mleka in mesa na podlagi zakona, ki ureja promocijo kmetijskih in živilskih proizvodov, ki jo bo Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano izvajalo od 1. aprila do 30. novembra 2026.
2. Vlada Republike Slovenije soglaša z zakupom oglasnega prostora za promocijo proizvodov iz shem kakovosti - ekološki proizvodi, zaščitena označba porekla, zaščitena geografska označba in zajamčena tradicionalna posebnost, na podlagi zakona, ki ureja hrano, ki jo bo Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano izvajalo od 1. aprila do 30. novembra 2026.

Barbara Kolenko Helbl
generalna sekretarka

Sklep prejmejo:

- Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano,
- Ministrstvo za finance,
- Urad Vlade Republike Slovenije za komuniciranje,
- Služba Vlade Republike Slovenije za zakonodajo.

Priloga 2

OBRAZLOŽITEV

Sklep Vlade Republike Slovenije št. 00700-24/2023/6 z dne 7. 12. 2023 v 3. točki določa: »Za izvedbo oglaševalskih kampanj, katerih vrednost presega 50.000 evrov z DDV, morajo organi pridobiti soglasje Vlade Republike Slovenije«.

Vlada Republike Slovenije daje soglasje k zakupu oglasnega prostora za izvajanje promocije za sektorje sadja, mleka in mesa ter za izvajanje promocije ekološke sheme kakovosti in drugih shem kakovosti - zaščiteni označba porekla, zaščiteni geografska označba in zajamčena tradicionalna posebnost. Promocije bo izvajalo Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano v obdobju od 1. aprila 2026 do 30. novembra 2026.

Promocija za proizvode iz sektorjev sadja, mleka in mesa se izvaja na podlagi Zakona o promociji kmetijskih in živilskih proizvodov (Uradni list RS, št. 26/11 in 57/12; v nadaljnjem besedilu: ZPKŽP) ter na tej podlagi sprejetih naslednjih podzakonskih predpisov:

- za sektor sadja:
 - a) Odredba o vključitvi sektorja sadja v izvajanje promocije za obdobje 2024–2026 (Uradni list RS, št. 54/23),
 - b) Uredba o obveznem prispevku za promocijo kmetijskih in živilskih proizvodov za zavezanke sektorja sadja za obdobje 2024–2026 (Uradni list RS, št. 64/23),
 - c) Odredba o Programu promocije sektorja pridelave in predelave sadja za obdobje 2024 – 2026 (Uradni list RS, št. 79/23),
 - č) Naznanilo o prejetju odločitve Evropske komisije o združljivosti državne pomoči za sektor sadja z notranjim trgov (Uradni list RS, št. 130/23);
- za sektor mleka:
 - a) Odredba o vključitvi sektorja mleka v izvajanje promocije za obdobje 2026–2028 (Uradni list RS, št. 39/25),
 - b) Uredba o obveznem prispevku za promocijo kmetijskih in živilskih proizvodov za zavezanke sektorja mleka za obdobje 2026–2028 (Uradni list RS, št. 56/25 in 68/25 – popr.),
 - c) Odredba o Programu promocije sektorja pridelave in predelave mleka za obdobje 2026–2028 (Uradni list RS, št. 63/25),
 - č) Naznanilo o prejetju odločitve Evropske komisije o združljivosti sheme državne pomoči za sektor mleka z notranjim trgov (Uradni list RS, št. 110/25);
- za sektor mesa:
 - a) Odredba o vključitvi sektorja mesa v izvajanje promocije za obdobje 2026–2028 (Uradni list RS, št. 39/25),
 - b) Uredba o obveznem prispevku za promocijo kmetijskih in živilskih proizvodov za zavezanke sektorja mesa za obdobje 2026–2028 (Uradni list RS, št. 56/25 in 68/25 – popr.),
 - c) Odredba o Programu promocije sektorja pridelave in predelave mesa za obdobje 2026–2028 (Uradni list RS, št. 63/25),
 - č) Naznanilo o prejetju odločitve Evropske komisije o združljivosti sheme državne pomoči za sektor mesa z notranjim trgov (Uradni list RS, št. 107/25).

Na podlagi ZPKŽP se izvaja promocija za različne sektorje že od leta 2016, letos se bo izvajala za sektorje sadja, mleka in mesa. Proizvodnja hrane je eno izmed strateško najpomembnejših nacionalnih področij, zato MKGP tudi s promocijskimi aktivnostmi spodbuja zaupanje potrošnikov v slovensko hrano in ozavešča celotno družbo, da je odločitev za nakup lokalne hrane podpora delu in preživetju družin na slovenskem podeželju in podpora domači živilski

industriji, ohranjanju lokalnih delovnih mest ter s tem prispeva k dolgoročnemu razvoju slovenskega gospodarstva.

Promocija ekološke sheme kakovosti in drugih shem kakovosti se izvaja na podlagi 81. člena Zakona o hrani (Uradni list RS, št. 100/25; v nadaljnjem besedilu: ZHra).

Promocija ekološke sheme kakovosti in drugih shem kakovosti (zaščitena označba porekla, zaščitena geografska označba in zajamčena tradicionalna posebnost) se je izvajala vse od leta 2012 izvajale na podlagi Zakona o kmetijstvu, od leta 2026 pa se zvajajo na podlagi ZHra.

Proizvodnja hrane je eno izmed strateško najpomembnejših nacionalnih področij, zato MKGP tudi s promocijskimi aktivnostmi spodbuja zaupanje potrošnikov v slovensko hrano in ozavešča celotno družbo, da pomeni odločitev za nakup lokalne hrane iz ekološke sheme kakovosti in drugih shem kakovosti, poleg podpore delu in preživetju družin na slovenskem podeželju, ohranjanja lokalnih delovnih mest in prispevka k dolgoročnemu razvoju slovenskega gospodarstva, tudi prispevek k blaženju podnebnih sprememb zaradi manjših izpustov toplogrednih plinov, pomoč pri ohranjanju raznovrstnosti rastlin in živali (biodiverzitete) ter s tem prispeva tudi k dolgoročnemu ohranjanju narave in okolja. Hrana, ki je pridelana v bližini in na ekološki način, je tudi višje kakovosti, zdravju bolj koristna in bolj pristna.

Cilj promocijskih aktivnosti je povečanje razumevanja potrošnikov, da so lokalna ekološka hrana, ter pridelki iz shem kakovosti, pridelani in predelani na okolju bolj prijazen način z zagotovljenim nadzorom in sledljivostjo in so zato vredna višje cene.

Da je bilo živilo pridelano v skladu z ekološkim načinom pridelave oziroma v okviru sheme kakovosti Ekološka pridelava, dokazuje znak »EKOLOŠKI«. Da je bilo pridelano v Sloveniji, dokazuje pripis »Kmetijstvo Slovenija«. Dodatna cilja izvajanja promocije ekološke pridelave in predelave kmetijskih pridelkov in živil sta zato tudi povečevanje poznavanja in priklica znaka »EKOLOŠKI«, s pripisom »Kmetijstvo Slovenija« in drugih shem kakovosti. S promocijskimi aktivnostmi se bosta pri potrošnikih povečanje in priklic tega znaka in drugih shem kakovosti iz spomina izboljšala.

Postopki za zakup medijskega prostora se izvajajo skladno z Zakonom o javnem naročanju in Sklepom Vlade RS št. 00700-24/2023/6 z dne 7. 12. 2023. MKGP je za vse svoje promocijske kampanje na podlagi specifičnih raziskav identificiral ustrezne ciljne skupine, ki se jih nagovarja. Na podlagi tega se vedno pripravi kreativna strategija, agencije pa morajo izdelati medijske načrte, ki upoštevajo tako ciljne skupine kot pripravljene kreativne materiale, saj je od tega odvisno, katere medijske kanale se bo zajelo pri nagovarjanju posameznih ciljnih skupin.

Javna naročila so zasnovana tako, da je za izvedbo medijskega zakupa izbrana agencija, ki ponudi najboljše oziroma najvišje medijske kazalnike v smislu dostave oglasa ciljni skupini z najmanj sredstvi. V izbor za zakup medijev lahko pridejo izključno tisti ponudniki, katerih dosegi so najvišji in so vključeni v uradne medijske analize. Na razpisu je izbran tisti ponudnik za medijski zakup, ki v okviru razpisanih pogojev ponudi take medije in tako razporeditev/frekvenco oglasov, ki bodo dosegali čim večje kazalnike dosega ciljne skupine.

Glede uspešnosti kampanje se zato vedno izvedejo tudi tako imenovane »post buy analize« (uspešnost doseženih medijskih kazalnikov v primerjavi z načrtovani v javnem naročilu) ter javnomnenjske raziskave, kjer se analizirata uspešnost spreminjanja prepričanj in vedenja med potrošniki.