



Informacja prasowa

Warszawa, 16 maja 2018 r.

Skąd naprawdę pochodzi śliwka kalifornijska?

W kwietniu br. Inspekcja Jakości Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych opublikowała wyniki [kontroli artykułów rolno-spożywczych](#) w drugim półroczu 2017 r. Inspektorzy wskazali w raporcie także nieprawidłowości w zakresie oznakowania produktów. Wskazano między innymi na niewłaściwe wykorzystanie przymiotnika „kalifornijskie” na opakowaniach zawierających śliwki suszone z Chile.

Wyzwanie dla branży

Problem wykorzystania na polskim rynku nazwy śliwki kalifornijskie do sprzedaży suszonej śliwki pochodzącej z innego kraju niż USA jest znany California Prune Board już od kilku lat. Branża prowadzi działania, aby to zmienić. W 2014 r. przeprowadzono badanie rynkowe w 24 sieciach handlowych w największych polskich miastach. Badacze zidentyfikowali wówczas 50 różnych rodzajów opakowań, śliwek suszonych. Aż 11 oznaczonych było jako śliwki kalifornijskie na froncie opakowania, jednak po sprawdzeniu kraju pochodzenia w tylnej części paczki okazało się, że śliwki nie pochodzą z USA.

Esther Ritson-Elliott z California Prune Board odpowiadająca za rynki europejskie – *Po przeprowadzeniu badań na rynku polskim nawiązaliśmy kontakt z partnerami w Polsce, którzy w naszym przekonaniu nieprecyzyjnie używali nazwy śliwki kalifornijskie do sprzedaży owoców z innego kraju. Spotkaliśmy się ze zrozumieniem i bardzo profesjonalnym podejściem. Z czasem na półkach zaczęły pojawiać się opakowania z precyzyjnym opisem. I dodaje.* – *Od czterech lat z dużym powodzeniem prowadzimy kampanię informacyjną, która już w swojej nazwie podkreśla istotę sprawy, bowiem „Przyjaciółka z Kalifornii” to kampania podnosząca wśród konsumentów świadomość tego, że te znane ze swoje jakości śliwki kalifornijskie pochodzą właśnie z USA. Wierzymy, że ostatni raport Inspekcji Handlowej Artykułów Rolno-Spożywczych to kolejny krok w kierunku rozwiązania problemu – mówi Esther Ritson-Elliott.*

Pochodzenie ma znaczenie

Konsumenci w Polsce doceniają kalifornijskie owoce. 56 proc. badanych podejmując decyzję zakupową, deklaruje, że kalifornijskie pochodzenie suszonej śliwki jest dla nich co najmniej ważne. Od 2014 r. rośnie świadomość konsumentów nt. faktu, że Kalifornia jest producentem suszonej śliwki – wzrost z 63 proc. w 2014 r. do 67 proc. w 2017 r. Wysokiej jakości śliwki kalifornijskie wypełnione są składnikami odżywczymi, które mogą przynieść liczne korzyści zdrowotne. Za nazwą śliwka kalifornijska kryje się ponad 150 lat doświadczenia branży, bardzo surowe kalifornijskie procedury produkcji oraz systematyczne inwestycje w badania nad właściwościami zdrowotnymi suszonej śliwki, a także programy marketingowe wspierające rynki śliwki kalifornijskiej na całym świecie. Konsumenci, którzy świadomie wybierają oryginalne śliwki kalifornijskie, otrzymują naturalny owoc wysokiej





jakości. Dlatego obowiązkiem dystrybutorów jest precyzyjnie poinformowanie o pochodzeniu, aby konsumenci mogli dokonać wyboru zgodnie z oczekiwaniami.

* * *

W informacji cytowane są wyniki badań przeprowadzonych na zlecenie California Prune Board

- Badanie rynku „Śliwka suszona w kanałach dystrybucji” przeprowadzone przez MRC Consulting w listopadzie i grudniu 2014 r. w 24 sieciach handlowych w Polsce metodą tajemniczego klienta w 10 największych miastach Polski.
- Rose Research na grupie kobiet N=1000, w wieku 16-64 lat w Warszawie i Gdańsku, odpowiadających w ich gospodarstwach domowych za zakupy spożywcze, przeprowadzonego w czerwcu 2017 metodą CAWI.

Kontakt dla prasy:

Michał Kopera | michal.kopera@peoplepr.pl

Social media:

Facebook: facebook.com/sliwkikalifornijskie

Instagram: Instagram.com/sliwki_kalifornijskie

Pinterest: pinterest.com/sliwkikali/

O California Prune Board

California Prune Board działa pod nadzorem Kalifornijskiego Departamentu Żywności i Rolnictwa i reprezentuje branżę suszonych śliwek z Kalifornii, składającą się z 800 plantatorów śliwek oraz 29 firm konfekcjonujących. Kalifornia jest największym producentem suszonych śliwek na świecie, słynących z najwyższej jakości osiągniętej dzięki regionalnym, rygorystycznym technikom zbierania owoców oraz oceny i kontroli. Produkt premium dostarczany jest do 72 krajów na całym świecie, region zapewnia 40 procent światowych dostaw suszonych śliwek oraz 99 procent dostaw w Stanach Zjednoczonych. Więcej informacji, przepisów i video: www.californiaprunes.pl.

„Przyjaciółka z Kalifornii” – informacje dotyczące kampanii

„Przyjaciółka z Kalifornii” to kampania organizowana przez California Prune Board w Polsce od 2014 r. Jej głównym celem jest przybliżenie informacji na temat walorów zdrowotnych śliwki kalifornijskiej, wysokiej jakości, a także różnorodności wykorzystania tego owocu w kuchni. Kampania informacyjna „Przyjaciółka z Kalifornii” obejmuje szereg inicjatyw adresowanych do konsumentów, partnerów biznesowych oraz mediów,





takich jak publikacje badań, spotkania informacyjne, warsztaty kulinarne. Więcej informacji w mediach społecznościowych: [facebook.com/sliwkikalifornijskie](https://www.facebook.com/sliwkikalifornijskie), [instagram.com/sliwki_kalifornijskie](https://www.instagram.com/sliwki_kalifornijskie), <https://www.pinterest.com/sliwkikali/> oraz na stronie poświęconej śliwkom kalifornijskim: <http://www.californiaprunes.pl/>.

