

»Namesto da vas skrbi nekaj, česar ne morete nadzorovati, raje usmerite vse moči na tisto, kar lahko ustvarite.«

(Roy T. Bennett)

Vsebina

Prodaja na kmetiji v času pandemije	4
Osem mlekomatov v enajstih letih	6
Avtomat s kmečkimi izdelki v nakupovalnem središču	7
Domače dobrote vas čakajo ... Postrezite si!	8
Sveža jajca na doseg roke	13
Združenje za vse, a vsi niso v njem	14
Baronova večerja za dame	15

Založnik:

Kmetijska založba d.o.o.
Stari trg 278, 2380 Slovenj Gradec

Glavni urednik:

mag. Andrej Golob

Odgovorna urednica:

mag. Tatjana Čop

Oblikovanje, grafična priprava:

Janez Grabec, s.p.

Jezikovni pregled:

Marjana Cvirn

Naslovnica: Prodajalna na dvorišču kmetije

Napotnik (foto: arhiv kmetije Napotnik)

Naklada: 5000 izvodov

Naslov uredništva:

KMETOVOALEC, Stari trg 278, 2380 Slovenj Gradec
tel.: (02) 88 56 706; 041 366 506 (urednica)
e- pošta:
cop.tatjana@gmail.com, kmetovalec@km-z.si

Naročnine in oglasno trženje:

KMETIJSKA ZALOŽBA d.o.o.
Stari trg 278, 2380 Slovenj Gradec
tel.: (02) 88 56 706, (05) 90 10 576
e-pošta: oglasi@km-z.si

Cena posamezne številke: 8 €

Letna naročnina (4 številke s priloženo PiP): 30 €

Letna naročnina Kmetovalca (12 številke): 60 €

5% DDV je vključen v ceno

Ko smo se zbudili v narobe svet ...

Čez noč se je vse postavilo na glavo. Kar je bilo včasih samoumevno, je danes videti kot nedosegljivo. Z najdražjimi, ki ne živijo z nami, imamo lahko stike le na daljavo. Prav tako s prijatelji in znanci, ki pomembno zapolnjujejo naše življenje in naš vsakdan, čeprav se tega prej nismo zavedali.

Pred kratkim sem zasledila razmišljanja Ljubljancanke, ki stanuje v bloku na robu mesta. Z majhnega balkona lahko opazuje kmete, ki so začeli s pomladanskimi opravili. Običajno ob tem ni kaj dosti razmišljala, opazovanje oranja, sejanja, okopavanja in drugih opravil je bilo zgolj del kratkočasnega med pitjem kave. Poleti, v vročini, je včasih pomislila, kako se ji smilijo, ker morajo delati.

Že po slabem tednu karantene pa je opazovala kmete pri delu s kančkom zavisti – oni so zunaj, delajo, njihove misli so osredotočene na prihajajočo sezono. Delo teče ne glede na razglašene ukrepe, cilji kmetov so jasni – obdelati, posejati, pridelati, preživeti. Delo je res najboljša terapija in Ljubljancanka, ki živi v majhnem stanovanju, je že prvi teden vse pospravila in uredila. Zdaj pa so pred njo dnevi čakanja in strahu, ki marsikoga potisnejo v tesnobo.

Vendar večina ljudi, ki nima stika s kmetijstvom, ne pozna tesnobe druge vrste, s katero se zdaj borijo številni kmetje. Čeprav je videti, da slovenska vlada podpira lokalno pridelavo in v teh dneh poziva k nakupovanju domačih pridelkov in izdelkov, pa se težave kmetov kopičijo. Turistične kmetije so prve začutile posledice ukrepov. Sicer lahko nekaj sezonskih pridelkov prodajo na tržnicah (v času pisanja so le-te še odprte), a tega ni veliko. Kar imajo zimske zelenjave (krompir, korenovke, zelje...) ne upajo prodati, ker jih bodo še potrebovali, ko bo karantene konec. Mlečnih in mesnih izdelkov, ki jih sicer lahko ponudijo gostom, ne smejo prodajati na tržnici. Kmetje, ki so s težavo prišli s svojimi pridelki v šole in vrtce, so čez noč ostali brez pomembnega dela prihodka. Prav tako čutijo izpad prihodka vinarji in drugi kmetje, ki prodajajo v restavracije in gostilne. Stiska tistih, ki odplačujejo kredite, najete za investicije, je še posebno velika. Številne kmetije se bodo kmalu soočale z likvidnostnimi težavami in to ravno v času setve. Trenutno lahko le upamo, da jim bo država pomagala premostiti te težave z različnimi ukrepi.

Vsebino tokratnega PiPa smo načrtovali nekaj mesecev pred izbruhom pandemije. Vodilna tema so prodajni avtomati. Ko sem takrat razmišljala o prednostih in slabostih prodaje v mlekomatih, regiomatih, jajcematih, delikomatih itd., sem videla največjo slabost v pomanjkanju stika med kmetom in stranko. Ta slabost pa je v času karantene in strogih higienskih ukrepov postala glavna prednost.

Seveda so še druge prednosti takšne prodaje. Na kmetiji je veliko dela. Številne kmetije izpopolnijo predelavo, pripravijo visokokakovostne in lične izdelke, nato pa ugotovijo, da prodaja ne steče tako, kot so si zamislili, ali pa zmanjka časa za promocijo in prodajo. V takšnih primerih je prodaja z avtomatom lahko ena od rešitev. Vendar so stroški nakupa, postavitve, najema prostora (če se ne nahaja na kmetiji) in vzdrževanja prodajnega avtomata visoki in se zlepa ne povrnejo. Zato je smotrno, da se kmetije povezujejo in si razdelijo stroške, obenem povečajo tokove promocije in poskrbijo za večjo pestrost ponudbe na eni lokaciji. V Sloveniji so prvi s prodajo mleka na mlekomatu začeli na kmetiji Mis. Številni so jim sledili, a veliko jih je mlekomate oz. regiomate kmalu umaknilo. Za uspeh kmetije Mis sta ključna dva dejavnika – pravi čas postavitve prvega in naslednjih mlekomatov in visoka kakovost mleka. Pravi čas, pravi način in stalna ter visoka kakovost tudi sicer sestavljajo ključ do uspešne prodaje s kmetije.

Ob koncu vam želim predvsem veliko zdravja in trdne volje, ki vam bo pomagala prebroditi te neobičajne in težke tedne in mesece, ki so pred nami.

Tatjana Čop