

**Kdo to je ten, kdo "Vím, co jí a pije"?...
aneb marketing maskovaný jako značka kvality a matení spotřebitele.**

<http://mozaikapotravin.blogspot.cz/2016/07/kdo-to-je-ten-kdo-co-ji-pije.html>

Článek přináší zajímavý vhled do zákulisí projektu „Vím, co jíím a piju“. Asi pro mnohé není až tak velkým překvapením, že se jedná o marketing zainteresovaných firem. Cílem marketingu je přesvědčit potenciální zákazníky, aby si koupili právě jejich výrobky, a práce to v dnešní době není jednoduchá. Pokud se podíváte na [databázi certifikovaných produktů](http://www.vimcojim.cz/cs/) projektu „Vím, co jíím“ (staženo z webových stránek: <http://www.vimcojim.cz/cs/>), nezůstanete na pochybách, kterou značku máte na radu odborníků kupovat.

Upozorňujeme na propojení marketingu, prostřednictvím projektu Zdravá školní jídelna, se státní institucí. V metodickém manuálu Zdravé školní jídelny (<http://www.zdravaskolnijidelna.cz/publikace>) je sedmým kritériem, které musí školní jídelny splnit, aby byly certifikované „unikátním“ certifikátem: „Zdravá školní jídelna“, právě zařazení certifikovaných *receptur projektu: „Vím, co jíím a piju“* (články vyšly v časopise: Zpravodaj pro školní stravování, který vydává Společnost pro výživu).

Zpracoval: AZSJ, z. s., 19. 8. 2016