

زعفران ایران نیازمند برندسازی

۱۳۹۲/۱۱/۲۳ - ۰۹:۴۰

دبیر کانون هماهنگی دانش زعفران ایران با بیان اینکه زعفران ایران نیازمند برندسازی است، گفت: با برندسازی زعفران ایران جلوی تقلب زعفران ایران گرفته می‌شود.

خلیل خلیلی، گفت: در خصوص برندسازی شورای ملی زعفران اقداماتی را انجام داده و در حال حاضر طی تفاهمی بین کانون و شورای ملی زعفران این کار در غالب نقشه راه توسط شورای ملی زعفران در دست پیگیری است.

خلیلی با بیان اینکه امیدواریم در دولت جدید بر اساس رویکردهای موجود، بودجه‌ای برای اجرای این طرح تامین شود، اظهار کرد: در حال حاضر زعفران صادراتی توسط افراد و شرکت‌های مختلف و با نام شرکت‌ها فروخته می‌شود و محل تولید و کیفیت زعفران مشخص نیست.

وی با اشاره به اینکه در صورت برندسازی زعفران الزاماتی برای صاحب برند به وجود می‌آید، تصریح کرد: این الزامات مربوط به رعایت کیفیت زعفران است که مشتری با خرید یک برند خاص از کیفیت محصول اطمینان حاصل می‌کند.

دبیر کانون هماهنگی دانش زعفران ایران جلوگیری از تقلب زعفران را از دیگر مزایای برندسازی زعفران دانست و ادامه داد: ایران به عنوان بزرگترین تولید کننده زعفران از نظر عایدات بزرگترین برنده نیست.

خلیلی خاطر نشان کرد: کشورهایمانند اسپانیا با صرف هزینه‌هایی برای زعفران ایران، زعفران ایران را به نام زعفران اسپانیا می‌فروشند و سود زیادی حاصل تجار اسپانیایی می‌شود.

کلیه حقوق متعلق به شبکه خبری صنایع غذایی ایران می باشد.