



„Messze a legismertebb védjegy”

Friss kutatási eredmény! A Magyar Termék védjegy magabiztosan vezeti a listát!

A „MAGYAR TERMÉK” Nonprofit Kft. idén ünnepli tizedik születésnapját, a jubileum azt is mutatja, hogy annak idején sikerült szilárd alapokra fektetni a védjegyszerkezetét. A három, nemzeti hatáskörbe tartozó tanúsító védjegy kialakítása a Vidékfejlesztési Minisztériummal közös előkészítő munka eredménye, ennek köszönhetően teljesen harmonikus a VM ún. „magyar termék” rendeletével.

A védjegyek nagy előnye, hogy szektorsemlegesek, ezért széles körű felhasználást tesznek lehetővé, valamint az egyetlen jelzés, amely megjelenésében is tartalmat hordoz, a grafika is üzenettel bír. De mit tanúsít? Egyfelől a termék eredetét, valamint hogy megfelel a vonatkozó jogszabályoknak. Minden egyes terméket független szakértő bizottság vizsgál három fő szempont szerint. Egyrészt található-e rajta fogyasztót megtevésztő információ, másrészt szerezhette jogosulatlanul versenyelőnyt a használó, harmadrészt pedig, felmerülnek-e termékbiztonsági problémák.

Civil szervezetünk tevékenységének

egyik fő iránya segíteni a fogyasztót a hazai termékek könnyű és egyértelmű felismerhetőségében - ezt pedig egységes jelöléssel lehet csak elérni. Ez a védjegyszerkezet a legismertebb Magyarországon, a fogyasztó meg is bízik benne. A védjegyes termékért hajlandó többet fizetni a vásárló, ha az jól ismert, megbízható és kellő hozzáadott értéket közvetít. Népszerűsége és az iránta tanúsított fogyasztói bizalom töretlenül nő. Ezt bizonyítja a legfrissebb kutatás eredménye is.

A Debreceni Egyetem által, 2016-ban vizsgált származás- és minőségjelölő védjegyek lényegesen jobb pozícióban vannak az egy évvel korábbi helyzetükhöz képest. Az 500 főt bevonó reprezentatív kutatás szerint a Magyar Termék védjegy továbbra is magabiztosan vezeti a listát, 2016-ban a Hazai Termék is kezdett felzárkózni, és összességében az összes védjegy ismertsége javult idén. A leggyengébb pont, akárcsak korábban, a jelölések spontán ismerete, ezen valamennyi védjegynek javítania kell. Bíztható ugyanakkor, hogy jelentősen javult a támogatott ismeret,

KEZEDBEN A JÖVŐ



ret, a felárfizetési hajlandóság és a hitelesség. Ez pedig azt jelenti, hogy erősödőben van az ún. védjegyérték, ami az elmúlt években még nem volt mérhető szintű. Úgy tűnik, hogy fordulóponthoz értünk; valamennyi védjegy javította pozícióját, és köztük a Magyar Termék helyzete kifejezetten stabilnak tekinthető: mind spontán (~30%), mind támogatott ismerete (~90%) kiemelkedő, előbbi a hasonló védjegyek közül egyedülként ilyen magas (következő a sorban mindössze ~5%). Fontos megemlíteni, hogy a spontán említések között megjelent a hazai termék védjegy is, mely szép eredmény 2012-es bevezetése óta. A magyar termék védjegy hitelessége úgy közel azonos a minőséget is tanúsító további jelölésekkel, hogy úgynevezett bázis védjegy, vagyis az eredeten és jogszabályi megfelelésen túl kiválóságot nem követel meg.

A kutatás során meghatározott célcsoport, vagyis azok, akik keresik a védjegyeket: elsődleges ételkészítő beszerzők, egészség- és környezettudatos nők, magasabb iskolai végzettségűek és a magyar termékek iránt elkötelezett idősebb korosztály. Ún. életstílus csoport, akiknek egyszerre több érték is fontos, a minőséget keresik és bizakodásra ad okot, hogy éves szinten jelentős összeget, kb. 400 Mrd forintot költenek csak élelmiszerekre. Az ő sikeres megszólításuk tovább javíthat a védjegyismertségi mutatókon.

„MAGYAR TERMÉK” Nonprofit Kft.
www.amagyartermek.hu
info@amagyartermek.hu
 Keress minket a Facebookon is



A magyar a nyerő

Kiemelkedően magas spontán ismeret



26,1%



kiváló áruk fóruma

5,4%



4,6%



4,2%



1,6%



0,4%

(Forrás: Szakály és munkatársai, 2016.)