



# KEZEDBEN A JÖVŐ

www.amagyartermek.hu



Hazai értékekre alapoznak

# 10 ÉVES A MAGYAR TERMÉK NONPROFIT KFT.

A „MAGYAR TERMÉK” Nonprofit Kft. tanúsító védjegyeinek híre régóta elismert és kimagasló a hazai piaci körökben. Most újabb mérföldkőhöz érkezett a szervezet, idén ünnepli 10 éves jubileumát. Az elmúlt évtizedben hosszú utat tettek meg, hiszen mára a Magyar Termék védjegyet a fogyasztók több mint 90%-a ismeri, és közel 85 %-uk hitelesnek is tartja azt. Elmondható tehát, hogy az elképzelt létjogosultsága megkérdőjelezhetetlen.

Az, hogy a termék magyar eredetére érdemes felhívni a fogyasztók figyelmét, 2004-ben, az EU csatlakozás évében fogalmazódott meg először. A logó megalkotását követően 2 évbe telt, mire 13 hazai cég összefogásával megalakult az akkor még közhasznú társaság, idézi fel a kezdeti lépéseket Benedek Eszter, a „MAGYAR TERMÉK” Nonprofit Kft. ügyvezetője.

■ **Annak idején mi volt az elsődleges cél a Magyar Termék védjegy megalkotásával, és jelenleg mit tartanak legfontosabb feladatuknak?**  
Az induláskor az elsődleges célkitűzés az volt, hogy visszaállítsuk a magyar munka, a magyar termék és a magyar munkaerő becsületét a mindent elmosó, globalizálódó világban. Hosszú távú célunk pedig megteremteni azt, hogy a magyar vásárló keresse, és büszkén válassza a védjegyeinkkel ellátott hazai termékeket. Az indulás óta eltelt tíz év. Mindez



EFOTT FESZTIVÁL, 2016

számunkra azt mutatja, hogy volt létjogosultsága az eredeti elképzéseknek, és hogy a kezdetekkor sikerült szilárd alapokra helyezni a védjegystruktúrát. A 2006-os alakulás óta számos változáson esett át a civil kezdeményezés. Mára a 2012-ben kiadott úgynevezett „magyar termék” rendelettel harmonikus, megjelenésében is tartalmat hordozó védjegyrendszerrel beszélhetünk, mely az alaptévékenységen túl az aktív használóknak

biztos megtérülést és közösségi előnyöket nyújt. Ezt igazolja többek között az is, hogy az elmúlt években folyamatosan bővült a védjegyhasználók köre, jelenleg több mint 150 vállalkozás közel 4000 terméke viseli a megkülönböztető jelöléseink valamelyikét.

■ **Milyen előnyöket nyújt a védjegyhasználat a vállalkozásoknak?**

A védjegyrendszer nagy előnye a szektorsemlegesség, amely



BENEDEK ESZTER,  
ÜGYVEZETŐ



VÉDJEGYEK  
A SZÁMOK TÜKRÉBEN

157

VÉDJEGYHASZNÁLÓ  
CÉGEK SZÁMA

3800

VÉDJEGYES TERMÉK

3150

élelmiszer

650

non-food  
jellegű termék



40%



32%



28%

KATEGÓRIÁK SZERINTI  
MEGOSZLÁS TEKINTETÉBEN

széleskörű felhasználást tesz lehetővé. Fontos, hogy az együttműködés valódi értéken alapuljon, és a fogyasztói bizalom növekedjen. Védjegyhasználóként kivétel nélkül elérhetők a kiemelten kedvezményes közösségi üzemanyag és telekommunikációs beszerzések. Az FMCG termékek esetében pedig egyedülálló lehetőséget jelentenek

a kedvezményes kereskedelmi és marketing promóciók. Éves szinten csaknem 20 aktivitást valósítunk meg a meghatározó üzletláncokban, így például üzletlánc-specifikus promóciókat, országos nyereményjátékokat szervezünk, továbbá magyar termék üzenettel kiegészített image megjelenések biztosítják a folyamatos kommunikációt. A védjegyhasználati

jog megszerzése szigorú terméktanúsításhoz kötött, amely amellett, hogy erősíti a hitelességet, az üzletláncok számára is biztonságot jelent. Ennek eredményeként az elmúlt években aktív, stratégiai együttműködést sikerült kialakítani a legtöbb élelmiszerkereskedelmi láncsal, így az Aldival, Auchannel, CBA-val, Coop-pal, Metróval, Penny Markettel,

Reállal, Rossmannal, Sparral. Emellett a piacon meghatározó tevékenységet folytató szakmai szervezetekkel – FM, NAK, Nébih, NFH – is szoros az együttműködés, a lobbitevékenység. A védjegyhasználóink ezen kívül évente több alkalommal megoszthatják egymással tapasztalataikat, kapcsolattépítésre az évente egy alkalommal megrendezésre ke-

10 ÉV





rülő szakmai konferencia mellett partnertalálkozók és kisebb tematikus fórumok formájában biztosítunk lehetőséget.

### Milyen célokat tűztek ki a közeljövőre?

Fontos feladatunk a védjegyismertségi mutatók folyamatos javítása. Ezt szolgálja a most induló Brandbank együttműködés is, melynek köszönhetően a kereskedők számára elérhetőek és így az akciós újságokban megjeleníthetőek lesznek a termékfotók védjegyes változatai. Célunk továbbá az ún. „életstílus” célcsoporton – elsődleges élelmiszer beszerzők, akik a minőséget keresik, és éves szinten 400 milliárd forintot költenek élelmiszerekre – túl, a fiatal generáció sikeres megszólítása. Ebben segít a BGE Kereskedelem és

## A MAGYAR TERMÉK NONPROFIT KFT. A VÉDJEGYHASZNÁLATI DÍJAKAT 2010-BEN MÉRSÉKELTE, ELŐRE KALKULÁLHATÓ, FIX ÖSSZEGEK.

Licencdíj (1/2 évre):

TELJES ÁRBEVÉTEL (nettó – millió Ft/év)	VÉDJEGYLICENC DÍJ (nettó – Ft/félév)
0–50	25 000
50–300	45 000
300–1000	75 000
1000–2000	100 000
2000–4000	150 000
4000–6000	200 000
6000–9000	300 000
9000 felett	450 000

Nevezési díj  
(termékszám alapján 3 évre):

<b>25 000 Ft</b>	1-2 db
<b>50 000 Ft</b>	3-5 db
<b>75 000 Ft</b>	6-10 db (új pályázó esetén: 1-10 db)
<b>5000 Ft</b>	minden további termék

Marketing Intézetével elindult közös munka, melynek köszönhetően az egyetemisták aktívan közreműködnek a kommunikációs irányok kialakításában. Az

üzletlánci nyereményjátékokon túl, aktív Facebook közösséget építünk, és rendezvényeken edukációs tevékenységet végzünk, így például az idén részt vettünk az Országos Sajtófesztiválon, Eforton is. Jelenleg is fut és decemberig tart az 5. „Nyerő hazai termékek” nevű országos nyereményjátékunk, melyben több mint 100 védjegyes termék vesz részt. Már féldíőnél látszik, hogy a tavalyi tapasztalatokból

jól építkeztünk, messze felülmúljuk az elvárásokat. Az év zárásaként pedig izgalmas és lendületes új kampányfilmünk is elkészül, mely hangsúlyos szerepet kap a 2017-es fogyasztói kommunikációban.

Fontos megérteni azt, hogy egységes jelöléssel lehet sikeresen megszólítani a fogyasztót, segíteni őt a hazai termékek könnyű és egyértelmű felismerhetőségében. Bízunk benne, hogy az elért eredmények és számok minket igazolnak, és a védjegyhasználói kör folyamatos bővülése hozzásegít eme célkitűzésünk eléréséhez. A jelenlegi és a jövőben hozánk csatlakozó partnereinknek a védjegyhasználaton túl a már említett közösségi előnyöket is biztosítjuk. Az eddigi eredményeink, a védjegyes termékek száma, az ismertségi és kedveltségi mutatók mind-mind bizakodásra adnak okot, és mi a jövőben is arra törekszünk, hogy minél inkább hitelesek tudjunk maradni a fogyasztók és a partnereink számára is. Hiszem, hogy a hitelesség megtérül, és hozzájárul ahhoz, hogy partnereink egyre eredményesebben szerepeljenek a piacon. (x)

## Hosszú távú célunk megteremteni azt, hogy a magyar vásárló keresse, és büszkén válassza a védjegyeinkkel ellátott hazai termékeket.

