



A MAGYAR TERMÉK Nonprofit Kft. hírei

Az élelmiszerekben is gyógyszerminőséget nyújt a Naturland

Kutatás-fejlesztésben erősít a Naturland Magyarország Kft., amely létrehozta a K+F igazgatóságát, a fejlesztésben részt vevő munkatársakat innovációmenedzsmentre oktatja, és sorra jelenik meg új termékeivel. Az idén 30 éves, magyar tulajdonban lévő társaság 2018-ban több új étrendkiegészítővel és gyógyteával is bővítette kínálatát. Ezek közé tartoztak a C-vitaminos lándzsás útifű készítményei, a D-vitamin termékcsaládja, valamint „életmód tea”, és idén is tervez újjdonságokat a teaszezonra. A 200 főt foglalkoztató, budapesti és pásztói üzemet működtető Naturland hírnevét a Svéd Csepp és az Inno Rheuma márkacsalád alapozta meg a 90-es években, ma már azonban 380-féle ter-



Czirbus Zoltán
cégvezető
Naturland

méket gyárt és forgalmaz. A cég kínálatában a gyógyszerek mellett megtalálhatók gyógyhatású készítmények, teák, étrendkiegészítők, kozmetikumok és illóolajok is. A gyógyszergyártáshoz elengedhetetlen nagyon szigorú gyártástechnológiájuk és minőségbiztosításuk révén az élelmiszerek és kozmetikumok terén is kiemelkedő minőségű és biztonságú termékek előállítására képesek – szögezi le Czirbus Zoltán, a Naturland stratégiai működéért felelős cégvezetője. Szerinte az elmúlt években az étrend-kiegészítőknél, a natúr- és reformtermékeknél dinamikus növekedés tapasztalható a bolti forgalomban, és ebben még van bővülési potenciál. A 2017-es 3,9 milliárd forintos

árbevételét tavaly mintegy 8 százalékkal növelő Naturland a piaci igényeket folyamatos fejlesztéssel, kiemelkedő termékminőséggel és -biztonsággal akarja kiszolgálni. A Naturland 2017-ben csatlakozott a Magyar Termék védjegyrendszerhez, és mára 32 termékén található meg a védjegyek valamelyike. Czirbus Zoltán szerint ezzel is jelezni akarják, hogy amit csak tudnak, igyekeznek idehaza beszerezni. A cégvezető, aki a Gyógynövény Szövetség és TermékTanács elnöke is egyben, úgy látja, hogy ugyan az elmúlt évtizedben a gyógynövénytermesztés és -kereskedelem jelentősen globalizálódott, ami nagy nyomás alá helyezte a hazai ágazatot, azonban az itthon termelt gyógynövények továbbra is jó és megbízható minőségűek, ellenőrzött forrásból származnak, ami a vásárlóknak értéket jelent. //

🇵🇹 Naturland offers the same quality with food products as with pharmaceuticals

Naturland Magyarország Kft. has created an R+D directorate and the company also teaches innovation management to those workers who do research and development work, so it isn't surprising at all that the firm keeps coming out with

new products. The 30-year-old, Hungarian-owned company launched several new dietary supplements and a herbal tea in 2018. Naturland Magyarország Kft. employs 200 people and manufactures products in Budapest and Páztó. They

make 380 different products – pharmaceuticals, medicinal products, teas, dietary supplements, cosmetics and essential oils. Director of strategic operations Zoltán Czirbus told: their food and cosmetics products offer the same quality and

safety as their pharmaceuticals. In 2018 sales were up 8 percent from the HUF 3,9 billion in 2017. Naturland joined the Hungarian Product trademark system in 2017 and today already 32 of their products bear the trademark. //

Nyereményt érnek a magyar szívecskék

Minden korábbinál erősebben indítja az évet a Magyar Termék Nonprofit Kft., amely az év első négy hónapjában két hálózatspecifikus és egy országos nyereményakcióval is segíti a védjegyhasználói értékesítését. A sort februárban az Auchan kezdte, ahol a Magyar Termék története során először szervezett nyereményjátékot.

Az akcióban vásárlók már egy védjegyes hazai termék megvásárlásával magyar szívecskét szerezhetnek a játék microsite-ján, ezzel pedig részt vehetnek a napi és heti nyeremények sorsolásán. Azok a játékosok, akik legalább három magyar szívet gyűjtenek, vagyis legalább három terméket vásárolnak, indulnak a fődíj sorsolásán. A játékban háztartási berendezéseket nyerhetnek a vásárlók, fődíjként pedig egy Electrolux hűtőszekrényt. A testre szabott Auchan-akcióhoz 18 védjegyhasználó gyártó csatlakozott termékeivel. Számukra egyedülállóan kedvezményes lehetőséget jelent ez a közösségi promóció, hiszen annak költsége egyenlő arányban oszlik meg a cégek között.

A márciusban záruló Auchan-nyereményakciót újabbak követik, az idén először pedig a védjegyhasználók nagy érdeklő-



désére való tekintettel már nemcsak ősszel, hanem tavasszal is elindít egy országos játékot a Magyar Termék. //

🇵🇹 Shoppers can win with the little Hungarian hearts

In February Hungarian Product Nonprofit Kft. organised a prize game in Auchan stores: shoppers who purchased a trademark bearing Hungarian product could get a little Hungarian heart on the campaign's microsite, with which

they could take part in daily and weekly prize draws. No less than 18 trademark user product manufacturers joined the campaign. Hungarian Product will launch more prize games in the spring, including a nationwide one. //