



## A MAGYAR TERMÉK Nonprofit Kft. hírei

### Prémium húsokat szállít a boltokba a mohácsi vágóhíd

Százhetvenediként csatlakozott 2018 végén a Magyar Termék védjegyhasználói közé az MCS Vágóhíd Zrt. A Bonafarm Csoport stratégiai partnere a hazai sertésekből készülő prémium termékeire szerezte meg



**Kalácska Ágnes**  
marketing és sales menedzser  
Bonafarm Csoport

a magyar eredetet igazoló jelölést. Kalácska Ágnes, a cég marketing és sales menedzsere elmondta, hogy a Bonafarm Csoport sertéságazata és az MCS Vágóhíd közös fejlesztésének eredményeként kerültek a boltok polcaira a magas hozzá-

adott értékű húsok. Ezek kiváló minőségének három alappillére a teljes élettartam alatt kizárólag GMO-mentes takarmány felhasználása, a felelős antibiotikum-használat és a jogszabályi kötelezettségeknél jóval magasabb szintű állatjóléti körülmények biztosítása. Ez a prémium termékcsoport egyedülálló újdonság Magyarországon.

A Pick Szeged Zrt. alapanyagbeszállítójaként is működő cég vágó-, csontozó-, daraboló- és csomagolóüzeme 2016-ban zöldmezős, 21 milliárd forintos beruházás keretében valósult meg Mohácson. A 26 ezer négyzetméteren elterülő, legmodernebb technológiával felszerelt

létesítményében a legszigorúbb élelmiszer-biztonsági és higiéniai előírások maximális betartásával évi egymillió sertést tudnak feldolgozni, és 2018 harmadik negyedévére már teljesen kihasználják a kapacitásukat. A csaknem 700 főt foglalkoztató üzemben belföldi értékesítésre szánt előhűtött tökehúsreszek és csomagolt húsok, valamint exportra szánt fagyasztott húsarúk készülnek.

Az itt levágott sertések 95 százalékban Magyarországon nevelkedett állatok, amelyek döntő részt a Bonafarm Csoport telepeiről, illetve az integrált termelő partnerektől érkeznek. A cég által forgalmazott prémium termékcsoport esetében az alapanyagul szolgáló évi 150 ezer sertés mindegyike bonafarmos integrációból származik. Kalácska Ágnes szerint a friss húsok esetében a hazai vásárlóknak kifejezetten fontos az áru magyar eredete. Az MCS Vágóhíd a védőgáz-tálcás és skin pack csomagolásban kapható, Pick Friss hús logóval ellátott prémium termékeire megszerzett Magyar Termék védjeggyel az ő választásukat akarják megkönnyíteni. //

### Mohács abattoir supplies shops with premium quality meat

Abattoir MCS Vágóhíd Zrt. became a Hungarian Product trademark user at the end of 2018. The strategic partner of the Bonafarm Group can use the trademark on their premium products, made from Hungarian pig. Sales and marketing manager Ágnes Kalácska told: the 26,000<sup>2</sup>

modern abattoir was built from HUF 21 billion in 2016. Production is in compliance with the strictest food safety regulations. There are nearly 700 people working for the company that supplies Pick Szeged Zrt. with raw material, too. 95 percent of the pigs slaughtered here are bred in Hun-

gary, mainly by the Bonafarm Group, e.g. the 150,000 pigs per year from which the premium products are made. MCS Vágóhíd's Pick Fresh Meat premium products are available in protective atmosphere-tray and skin pack packaging, which now bears the Hungarian Product trademark too. //

### A Magyar Termék védjegyes áru többet ér a vevőknek

Ma már a vásárlók jelentős része hajlandó akár többet is fizetni a magyar eredetű áruért, ha pedig Magyar Termék védjegy van rajta, az még többet ér számukra – derült ki az InnoFood Marketing Kft. által végzett kutatásból. Az 510 ember megkérdezésén alapuló reprezentatív felmérés szerint két,

A termékek hazai származásának beazonosításában a legnagyobb segítséget a magyar gyártó csomagoláson való megjelölése és a védjegy jelenti a vásárlóknak. Ezek számukra hatékonyabban igazolják az áru származását, mint egy ismert, adott esetben magyaros hangzású márkánév.



tulajdonságaiban megegyező, azonos árú termék közül a magyarok 85,9 százaléka a hazait választja, 52,7 százalékuk pedig 10 százalékkal magasabb árat is hajlandó a hazaiért fizetni, ha az eredetet védjegy igazolja. Két, tulajdonságaiban megegyező, azonos árú termék közül a megkérdezettek 60 százaléka még más hazaival szemben is hajlandó inkább a Magyar Termék védjegyeset választani. 28,6 százalékuk az ilyen védjegyet viselő áruért egyértelműen hajlandó magasabb árat is fizetni.

Az eredetjelölő védjegyek közül kiemelkedően a Magyar Termék támogatott ismertsége volt a legnagyobb, 95,7 százalékos. A megkérdezettek a Magyar Termék logót tartották a leghitelesebbnek is. Amikor a megkérdezetteknek maguknak kellett megnevezniük azt a jelölést, amely számukra a magyar eredetet mutatja, akkor jellemzően a Magyar Termék védjegyet, a trikolort, a HU jelzést és az 599-es kezdetű vonalkódot említették, minden mást csak néhány válaszadó nevezte meg. //

### Shoppers are willing to pay more for products with the Hungarian Product trademark

A survey conducted with 510 participants by InnoFood Marketing Kft. has revealed: from two similar products that cost the same 60 percent of shoppers choose the one with the Hungarian Product trademark, and 28.6 percent would even pay more for products bearing the trademark. The study has also found that from the various trademarks that indicate place of origin, Hungarian Product is the best-known as 95.7 percent of respondents said they are familiar with it. What is more, they also believe the Hungarian product logo is the most credible. //