



A MAGYAR TERMÉK Nonprofit Kft. hírei

Bővít a Tamási Hús Kft.

Kinőtte 2007-ben elindított üzemét a Tamási Hús Kft., az idén már új egységekkel bővítene telephelyüket.

A Tolna megyei társaságnál az adminisztratív munkát egy jó ideje már irodakonténerekbe számúzták, hogy legyen hely a termelésre, ám – mint Sándorné Rozinger Mária, ügyvezető elmondta – az idénre tervezett bővítésnek nemcsak a munkavállalói kényelem fokozása a célja. Az osztrák Gierlinger Holding GmbH tulajdonában álló cég forgalmazza a csoport más országokban lévő leányvállalatainak termékeit Magyarországon, és szeretnének Tamásiban létrehozni a közép-európai elosztóbázist is. A raktárkapacitás növelése ezenkívül



per-
sze na-
gyobb

rugalmasságot jelent a társaságnak a termelésben is. A Tamási Hús Kft. bacongyártásra specializálódott, termékpalettáján nem csupán az itthon jól ismert kiserelések (kockázott, darabos, szeletelt főtt és füstölt termékek, valamint a baconba csavart virsli), de sült szalonnák is megtalálhatók. A társaság árbevételének mintegy 60 százalékát az export jelenti, és ennek

80 százaléka Magyarországon egyelőre nem igazán ismert termékkör: a sült szalonnák legnagyobb piacát a skandináv országok adják. A termékkel a Tamási Hús Kft. a Burger King beszállítójává is vált több országban, az elmúlt évek termékfejlesztései is ezt a piaci szegmenst célozták: a hullámos és a sima változatok mellett több méretkategória is megtalálható.

A cég legfontosabb piaca ugyanakkor a hazai, hiszen mégiscsak itt kel el a termékek 40 százaléka, hangsúlyozza Sándorné Rozinger Mária. Minden kereskedelmi hálózatban jelen vannak, és igyekeznek minél inkább belföldről beszerezni az alapanyagot.

– Azt a császárt, amelyet a Mohácsi vágóhíd elad nekünk, biztos megveszszük – érzékeltette az ügyvezető, hozzátéve, hogy az alapanyag árának elmúlt időszakban tapasztalható 50-60 százalékos növekedése mellett is látszanak problémák a piacon. Ugyanakkor szerinte a hazai vevőknek láthatóan fontos, hogy támogassák vásárlásaikkal a Magyarországon működő vállalatokat és termelőket. Ezt mutatja, hogy a Magyar Termék Nonprofit Kft. védjegyeinek megjelenítésére a kereskedelmi partnerek kérték őket, vagyis igenis számít az értékesítésben, hogy megjelenjen a csomagoláson a logó.//

Factory extension by Tamási Hús Kft.

Tamási Hús Kft. – owned by Austrian company Gierlinger Holding GmbH – built their factory in 2007. The company specialises in making bacon products. Tamási Hús Kft. realises 60 percent of its sales revenue in export markets. In several countries they are a supplier partner of Burger King

restaurants. In Hungary their products are present in the shops of every retail channel. One of their main objectives is to source as much raw material domestically as possible. Managing director Mária Sándorné Rozinger informed that this year they plan to increase the size of the production

facility and to create more warehouse space as well. She added that it is important for Hungarian shoppers to support suppliers and manufacturers located in Hungary with their purchases, and the trademarks of the Hungarian Product Nonprofit Kft. placed on products can help them to do so.//

Szofi szalvétával nyerték meg a Suzuki Vitarát

Sikeresen lezárult a „SZÍVezd ki Magyarországot” közösségi promóció, amelynek fődíját, a Suzuki Vitarát Szofi szalvéta megvásárlásával nyerte meg ózdi játékosunk. A játékra közel 19 ezren regisztráltak, és majdnem 70 ezer alkalommal töltöttek fel kódot.



Kiváló volt a promóció konverziós aránya is, a 133 ezer egyedi látogató több mint 14 százaléka játszott, ami azt jelenti, hogy a Magyar Termék 2017-es promóciójában sikerült az átlagos 5 százalékos konverziós arány közel háromszorosát elérni.//

Szofi paper napkin buyer wins Suzuki Vitará

A shopper from Ózd won the main prize, a Suzuki Grand Vitará, in the promotion campaign called 'Colour Hungary with

HEARTS'. Nearly 19,000 consumers registered for the prize game and almost 70,000 product codes were uploaded. Hungar-

ian Product's promotion campaign had a 14-percent conversion rate – nearly 3 times bigger than the average.//

A földművelésügyi tárca is támogatja a Magyar Termék népszerűsítését

Tovább folytatódik az együttműködés a Földművelésügyi Minisztérium (FM) és a MAGYAR TERMÉK Nonprofit Kft. között. A szaktárca kiemelt célja, hogy támogassa a magyar élelmiszerek fogyasztásának növekedését, a magyar élelmiszer-előállítókat, továbbá felhívja a figyelmet a magyar termékek fogyasztásával járó előnyökre.

A védjegyeket a Budapesti Gazdasági Egyetem Marketing Intézetének 2017-es kutatása szerint az áruk eredetére kíváncsi fogyasztók 94 százaléka ismeri. A felmérések szerint a védjegy üzenete is eljut a fogyasztókhoz: a termék származási helyét fontosnak tartó megkérdezettek 71 százaléka a Magyar Termék védjegyes árut megbízhatóbb eredetűnek tartja a többi terméknél. A Magyar Termék védjegyrendszerben független szakértői vizsgálat tanúsítja a termék eredetét, megbízhatóságát.//

A Magyar Termék nemcsak a legismertebb hazai védjegy, de az ország fenntartható fejlődése iránt elkötelezett márkák és cégek közössége is



Ministry of Agriculture also helps to popularise the Hungarian Product trademark

The cooperation between the Ministry of Agriculture and HUNGARIAN PRODUCT Nonprofit Kft. continues. A survey conducted by BGE's Marketing Institute has found that 94 percent of consumers who are interested in the origin of products know the logos, and 71 percent of them think products with the Hungarian Product trademark are more reliable than others.//

Új védjegyhasználók 2017. november–2018. január

| | |
|-----------------------------|---------------------------|
| Kunsági Malom Kft. | malomipari termékek |
| Merian Foods Kft. | hűskészítmények |
| Gyógygomba Kutatólabor Kft. | étrend-kiegészítő |
| Alba-Méz Kft. | mézek |
| Abaujtej Közös Vállalat | tejtermékek |
| Grabowski Kiadó Kft. | sajtótermék |
| Belma Kft. | oktatási eszköz, földgömb |
| Müller Papír Kft. | háztartási cikkek |