



# Hagyományok-Ízek-Régiók Program



**Jankuné Dr. Kürthy Gyöngyi**

Agárgazdasági Kutató Intézet (AKI)

Élelmiszerlánc Elemzési Osztály

Osztályvezető

[www.aki.gov.hu](http://www.aki.gov.hu)

**„Terra Madre, a Hagyományos Élelmiszerek Napja”**

Budapest, Földművelésügyi Minisztérium, Darányi Ignác Terem, 2014.12.09.

# HÍR védjegyes termelők adatszolgáltatása

- A HÍR Védjegyhasználati Szerződés értelmében a védjegyhasználónak a védjegyjogosult részére évente egyszer gazdasági adatokat szükséges szolgáltatnia
- A Földművelésügyi Minisztérium és az Agrárgazdasági Kutató Intézet által közösen kidolgozott kérdőíven keresztül
- AKI honlapjáról érhető el

[www.aki.gov.hu](http://www.aki.gov.hu)



# HÍR védjegyes termelők adatszolgáltatásának célja

Kizárólag ebben a szektorban tevékenykedők igényeihez alkalmazkodva:

- Rövid és hosszú távú szakmai program kialakítása, célirányos fejlesztése
- Szakmai segítségnyújtás a HÍR termékek előállításához
- HÍR termékek fogyasztói ismertségének növelése

# Feltett kérdéseink 2014-ben

- Milyen módon tüntetik fel a HÍR védjegyet?
- Hogyan értékesítik a termékeket?
- Milyen eseményeken vettek részt a termékekkel?
- Mennyire ismerik egymást a HÍR védjegyesek?
- Miért pályáztak a HÍR védjegyre és mik a tapasztalatok?
- Milyen elvárásuk van a HÍR védjegyhasználóknak?

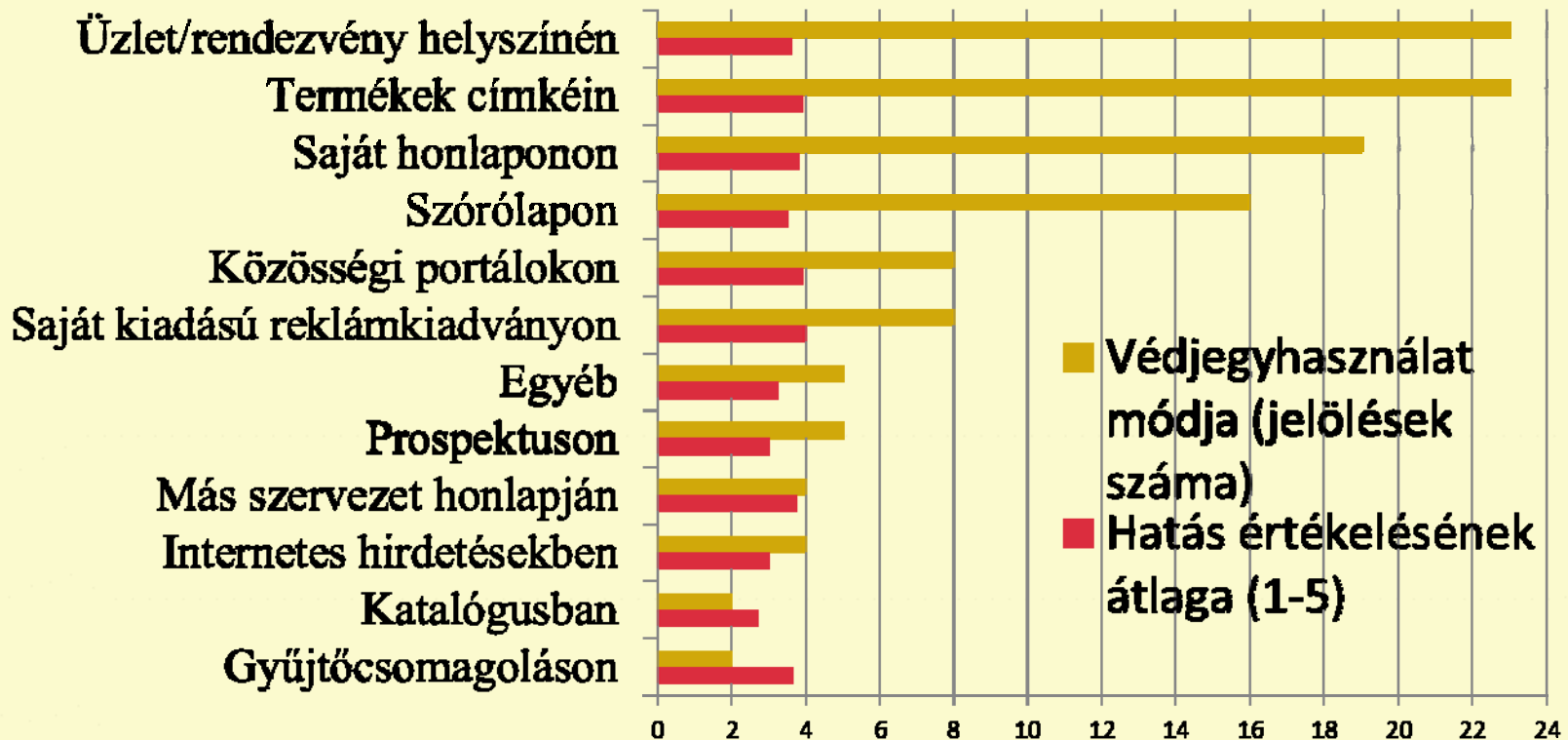
# Kitől kérdeztünk és ki válaszolt?

- 381 termelőt (csoportosulások tagjait is) kérdeztünk
  - 61 érvényes kitöltés történt
  - 16 %-os a válaszolási arány



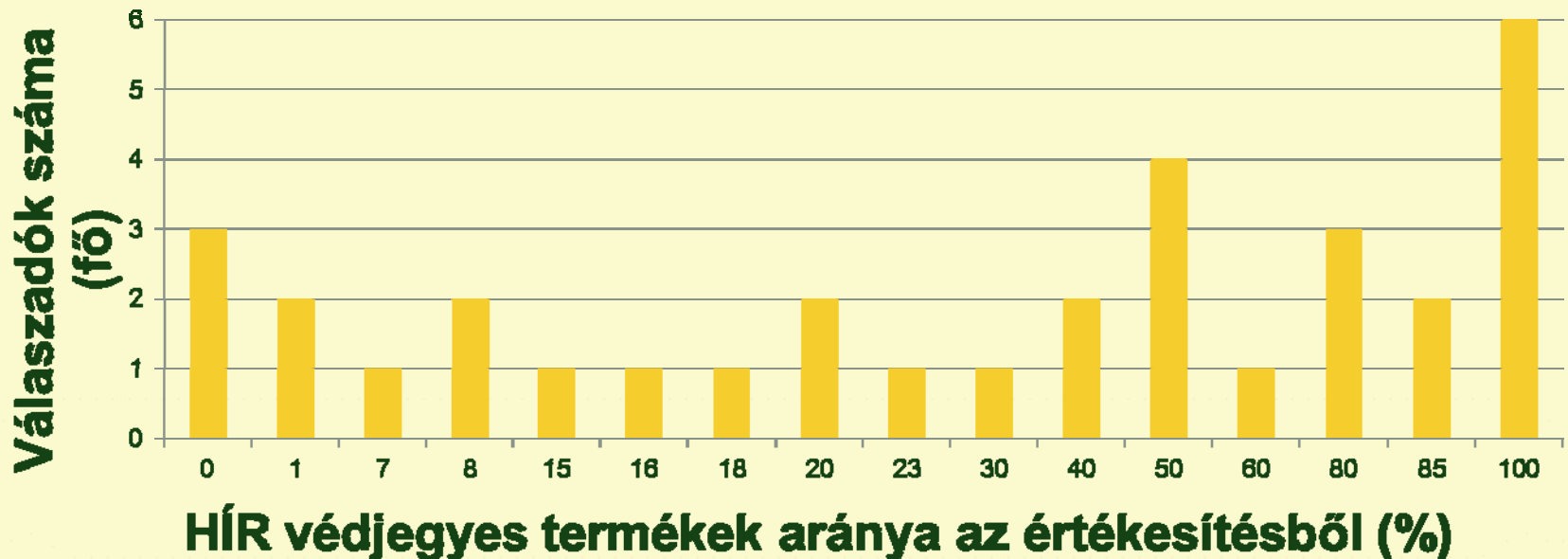
# Milyen módon tüntetik fel a HÍR védjegyet?

- Üzletben, rendezvény helyszínén, termékek címkéin, saját honlapon, szórólapon tüntetik fel leginkább a védjegyet
- Leghatékonyabb a megjelenés saját kiadású reklámkiadványon, a termékek címkéjén, közösségi portálon, saját és más szervezet honlapján



# Hogyan értékesítik a termékeket?

- Közvetlen a fogyasztónak történő értékesítés
- Vendéglátás, a független kisbolt és a magyar tulajdonú láncokba történő értékesítés



Védjegy megszerzése óta: Nőtt 46,5 % Csökkent 11,6 %  
Nem változott 42 %

# Milyen eseményeken vettek részt a HÍR védjegyes termékekkel?

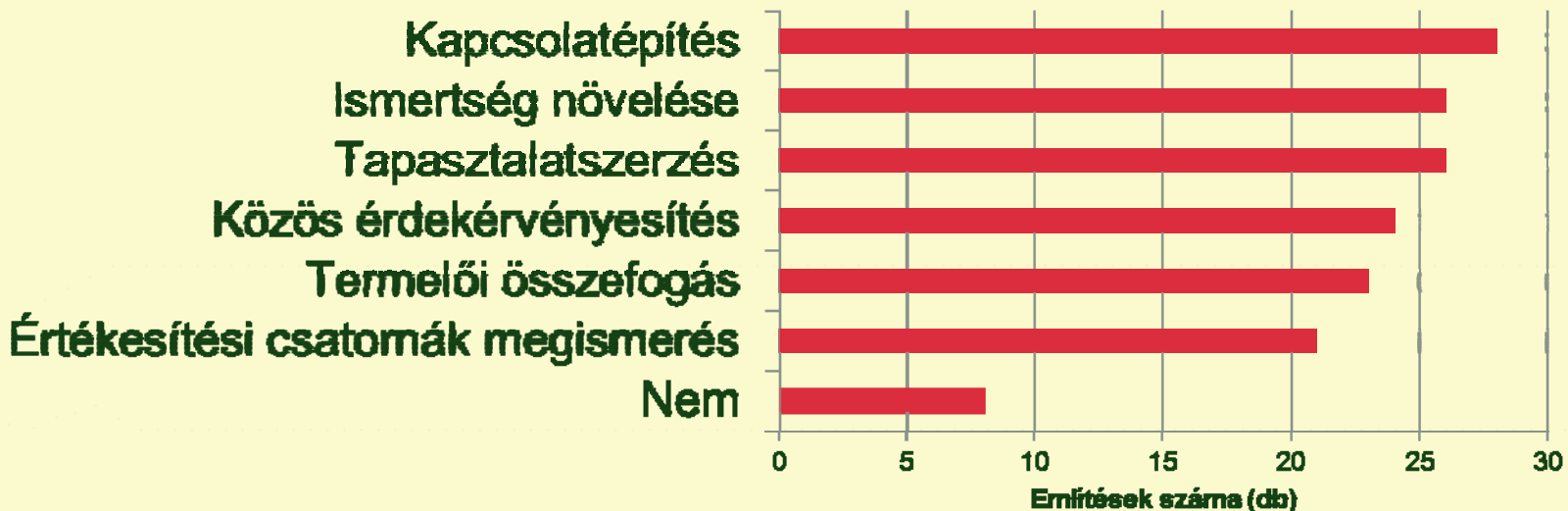
- 26 válaszadó összesen 109 rendezvényen vett részt
- Volt olyan termelő, aki 19 különböző eseményen is megjelent
- A látogatók becsült száma 15-60 000 fő között volt, átlag 12 500 fővel
- 4,25 értékkel minősítették a rendezvények hasznosságát (1-5 skálán)
- A rendezvények támogatottsága nem volt általános, 80 százaléka önköltséges volt
- Támogatók: Agrármarketing Centrum, önkormányzatok
- Megjelent a Magyar Nemzeti Vidékhálózat (MNVH) és a helyi LEADER csoport is, mint támogató
- Események: Terra Madre, OMÉK, Geresdlaki Gőzgombóc Fesztivál, Bácskai Kolbász és Hurkafesztivál, Bélesfesztivál
- Külföldi fesztiválok: USA, Belgium





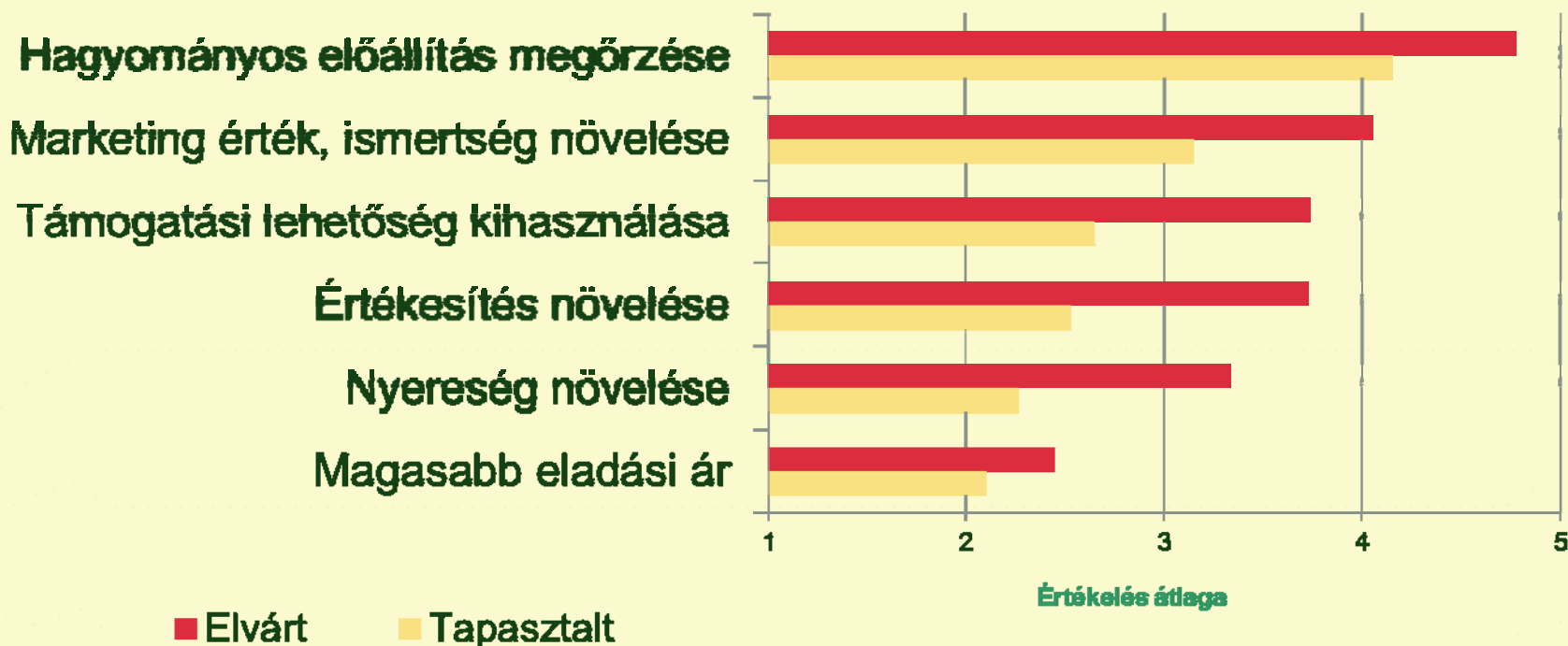
# Mennyire ismerik egymást a HÍR védjegyhasználók?

- Többnyire legalább felületesen, de ismerték egymást (88%) és a termékeket (91 %)
- 83 % szeretne kapcsolatba kerülni a többi HÍR védjegyes termék előállítójával
- Leggyakrabban megjelölt ok a kapcsolatépítés, az ismertség növelése és a tapasztalatszerzés



# Miért pályáztak a HÍR védjegyre és mik a tapasztalatok?

- Védjegyhasználók elvárásai a rendszerrel kapcsolatban minden esetben magasabbak voltak, mint a tapasztaltak
- Védjegyhasználat legkevésbé az értékesítés növelésének elvárását tudta teljesíteni



# Milyen elvárásaik vannak a HÍR védjegyhasználóknak?

## FELADATOK

- Védjegytulajdonosé: kóstitatás, képzés, partnertalálkozók, kiállítások és vásárok szervezése
- Védjegyhasználóé támogatással: kutatás, fejlesztés és innováció
- Közös: információs rendszer kiépítése, médiamegjelenés, kiadványok

## TÁMOGATÁSOK

- Marketing tevékenység támogatását a védjegytulajdonostól
- Pénzügyi támogatást az önkormányzatoktól
- Értékesítés támogatását a helyi LEADER csoporttól várják

## ÉRTÉKELÉS

- VM átlagosan 3,9-es osztályzatot kapott a HÍR védjeggyel kapcsolatos feladatainak ellátásáért (1-5 skálán)

# A védjegyek fogyasztói ismertsége

- A Földművelésügyi Minisztérium, az Agrárgazdasági Kutató Intézet és a Corvinus Egyetem 2014-ben második alkalommal folytatta le Védjegyek az élelmiszerpiacon című kutatást
- Személyes megkérdezésre alapozott, **1013 fős** fogyasztói felmérés
- A minta a magyar lakosságra nézve nemek szerint, korcsoportok szerint és régiók szerinti megoszlás alapján reprezentatívnak tekinthető

# Mit tud a magyar fogyasztó a védjegyekről?

- KEVESESET!
- A megkérdezett 1013 főből 747 (**74%!**) **nem tudott** spontán élelmiszer védjegyet említeni.
- **12%** említette a Magyar Terméket
- **3%** a Kiváló Áruk Fórumát (nem létezik)
- „Futottak még”: Kiváló Magyar Élelmiszer: (2,3%), Bio (11 fő, 1%), 1-2 fő márkavédjegy (Pick, Parmalat, Univer, Gyermelyi)
- Oltalom alatti és uniós jelölést 3-3 fő említett

# Mit tud a magyar fogyasztó a HÍR védjegyről?

- KEVESESET!
- A HÍR védjegyet **2 fő** ismerte fel spontán
- Kép alapján már **98 fő** felismerte
- A védjegyet felismerők 46,1 %-a keresi tudatosan a védjegyet
- A HÍR védjegyet ismerők közel 60 %-a számára a származási helyet;
- 53,3 %-a számára a hagyományos előállítást garantálja a védjegy

# Teendők a HÍR program további fejlesztése érdekében

- HÍR-es terméket előállítók tevékenységének támogatása, értékesítési lehetőségeik szélesítése
- Információs rendszer, ezen belül a többi védjegyhasználóval való kapcsolatteremtés lehetőségének kialakítása
- Kutatás, fejlesztés innovációs tevékenységek, képzések biztosítása a védjegyhasználók számára
- További előállítók bevonása a programba
- HÍR program megismertetése a fogyasztókkal, marketing erősítése

# HÍR programban rejlő lehetőségek

EU-s földrajzi árujelzők, hagyományos különleges termékek oltalmára is pályázhatnak

A HÍR termékek olyan értékeket képviselnek, amelyeket meg kell őrizni a jövő számára





# Köszönöm a figyelmet!