

BESZÁMOLÓ

A KÖZÖSSÉGI MARKETING ALAP 2014. ÉVI FELHASZNÁLÁSÁRÓL

A Tej Szakmaközi Szervezet és TermékTanácsnál működő Közösségi Marketing Alapba történő befizetésről szóló piacszervezési intézkedés kiterjesztéséről szóló 2/2015. (II. 6.) FM rendelet 4. § (2) bekezdése alapján **a szakmaközi szervezet minden év május 31-ig köteles honlapján nyilvánosságra hozni beszámolóját a Közösségi Marketing Alap előző évi felhasználásáról.** Jelen beszámoló a Közösségi Marketing Alap 2014. évi felhasználását mutatja be.

1. A Közösségi Marketing Alap kifizetései:

	Marketing tevékenységek	Közösségi Marketing Alap kifizetései (forint)
1.	Tej Világnapi rendezvény	937 653
2.	Tejágazati Szakmai Konferencia	5 696 000
3.	Tagi Tájékoztató	3 318 000
4.	Iskolai Edukációs Program	5 587 000
5.	Sajtómegjelenések szervezése	989 000
6.	Óriásplakát Kampany	6 769 967
7.	„Agrár Kincseink”	752 033
	Összesen:	24 049 653

Marketing tevékenységek rövid bemutatása

1. TEJ VILÁGNAP - RENDEZVÉNY

A TermékTanács 1997 óta rendezi meg Tej Világnapi rendezvényét, melyre az elmúlt évben május 30-án Kaposváron, a Fino-Food Kft. rendezvénytermében került sor. Az eseményen a tartalmas szakmai program mellett – a hagyományokhoz híven – sajtólag avatásra is sor került.

2. TEJÁGAZATI SZAKMAI KONFERENCIA

A 2014. évi, sorozatban negyedik Tejágazati Szakmai Konferenciánkon nemzetközi (holland, német, olasz) és hazai, neves kormányzati előadók segítségével kívántunk választ kapni a tejágazatot jelenleg leginkább foglalkoztató kérdésre, nevezetesen, hogyan érintheti a

kvótakivezetés Európa országait és milyen szabályozási, támogatáspolitikai és marketing válaszlépéseket terveznek az egyes tagállamok a várható hatások kezelésére.

3. TAGI TÁJÉKOZTATÓ

A Terméktanács – a termelés és a piac átláthatósága, a kiegyensúlyozott piaci környezet kialakítása és fenntartása, valamint az ágazati fejlődés elősegítése érdekében megfogalmazott céljai között – egyik legfontosabb törekvése, hogy a tejágazat piaci szereplői rendelkezzenek azokkal az ismeretekkel, amelyek szükségesek a gazdasági, marketing és egyéb tevékenységük tervezhetőbbé tételéhez, valamint az eredményes működéshez. A Terméktanács 2005. óta készíti Tagi Tájékoztató című kiadványát, mely a korábbi években kéthavonta, majd havonta került megküldésre a tagoknak. 2011. évben a Kiadvány megújult, 12 oldalas, színes nyomtatvány formájában készült, melyet negyedévente kaptak meg tagjaink postai úton. A 2014. III. negyedévi számtól kezdődően azonban költségtakarékossági okokból már csak elektronikus formában jelenteti meg kiadványát a Terméktanács, bővített, 20-22 oldalas kiadvány formájában.

4. ISKOLAI EDUKÁCIÓS PROGRAM

A Terméktanács kiemelt céljának tekinti a gyermekek, a fiatalok tej- és tejtermék fogyasztásra ösztönző nevelésének támogatását, ezért 2014. évben is megszervezte az iskolai edukációs programot.

Az edukációs program keretében mintegy 36 oktatási intézménybe juttattuk el a kiállítást hetente átlagosan 5 iskolát látogatva. A programnak köszönhetően mintegy 14 ezer gyermek, valamint az oktatásukban résztvevő pedagógusok számára nyílt lehetőség bemutatni a tejtermékek sokféleségét és szerepét az egészséges táplálkozásban és fejlődésben.

A tanulók körében végrehajtott mobil kiállítás újszerű, modern technikai kivitelezése miatt rendkívül népszerű volt a diákok körében, élménypontként funkcionált az iskolákban. Az installáció részei voltak többek között az érintőképernyős interaktív játék, szórólap, filmvetítés, plakát, kiadvány és előadás.

5. SAJTÓMEGJELENÉSEK SZERVEZÉSE

A Tej Terméktanács szakmai kérdésekben kialakított álláspontjának, közérdekű információinak – a Kommunikációs és Marketing Tervnek megfelelő – írott és elektronikus médiumokban történő közzétételében való közreműködés szervezése.

6. ÓRIÁSPLAKÁT KAMPÁNY

A Tej Terméktanács a tejfogyasztás, valamint a „Tej-Szív minőségi magyar” védjegy népszerűsítése céljából 2013. évben Megaboard kampányt indított. Az óriásplakátok az ország 14 pontján, autópályák, főbb autóutak mentén kerültek kihelyezésre.

7. AGRÁR KINCSEINK

Az Auchan Magyarország Kft. 2014. május 16-18. között megtartott „Agrár Kincseink” című, a hazai termelők, gyártók termékeit népszerűsítő akciója során több száz hazai termék kóstoltatását tette lehetővé 19 áruházában. A Terméktanács, mint szakmai partner vett részt az esemény megnyitó ünnepségén, valamint az akció során három áruházban jelen volt információs standjával, ahol szórólapokkal, valamint információs füzetekkel hívta fel a

vásárlók figyelmét a tej és tejtermékek jelentőségére. A kampány célja volt a fogyasztók több, gyakoribb és tudatosabb tej és tejtermék fogyasztásra való ösztönzése, segítségnyújtás az egészségtudatos táplálkozás kialakításában, a tej és tejtermékek fogyasztásának megszerettetésével, valamint a tejtermékek sokféleségének és egészséges táplálkozásban betöltött szerepének bemutatásával.

Budapest, 2015. május 29.