SAJTÓKÖZLEMÉNY
ISKOLAI EDUKÁCIÓ 2015-2016.

Tej. Szívvel-lélekkel! címmel iskolai edukációs programot folytatott a Magyar Turizmus Zrt. Agrármarketing Vezérigazgatósága, a Földművelésügyi Minisztérium, valamint a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács (Szakmaközi Szervezet) mintegy 100 általános iskolában, 2015. december és 2016. február között. Ennek során a gyermekek, valamint az oktatásukban résztvevő pedagógusok megismerhették a tej útját a tejtermelő gazdaságoktól a boltokig, a „Tej-szív" logó és az ovális bélyegző jelentőségét, valamint kitölthettek egy kvízjátékot a kampány ismeretanyagára vonatkozó kérdésekkel.

A Szakmaközi Szervezet a Földművelésügyi Minisztériumnál 2015 tavaszán kezdeményezte, hogy a 2015. évi költségvetésen belül az idei tejtámogatások terhére, 420 millió Ft külön forrást biztosítson közösségi tejmarketing célokra.

A Szakmaközi Szervezet 2015 májusában fogadta el a 420 millió forintos közösségi marketing alap tervezett felhasználásáról szóló részletes szakmai javaslatot, a szervezet által javasolt célokat és keretösszegeket pedig Fazekas Sándor földművelésügyi miniszter és Faragó Péter, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója külön szerződésben is rögzítette. E program részeként valósult meg az iskolai edukációs részprogram is.

A Szakmaközi Szervezet kiemelt céljának tekinti a gyermekek, a fiatalok, a 'jövő nemzedék' tej- és tejtermék fogyasztásra és egészségtudatos táplálkozásra ösztönző nevelésének támogatását. További fontos tevékenység, hogy megszerettesse a tej és tejtermékek fogyasztását, bemutassa a tejtermékek sokféleségét és szerepét az egészséges táplálkozásban, fejlődésben. Mindezt cég és márka semlegesen, tudományos ismeretekre építve, de a fiatalokhoz leginkább közel álló nyelvezetben teszi.

A Szakmaközi Szervezet már korábban felismerte a fiatalokat jellemző, többnyire helytelen fogyasztói szokásokat, ezért az Iskolai Edukációs Programot már több mint tíz éve folyamatosan megszervezi. A program az újszerű, modern technikai kivitelezése miatt rendkívül népszerű volt a diákok körében, élménypontként funkcionált az iskolákban. Az installáció része volt többek között az érintőképernyős interaktív játék, szórólap, filmvetítés, plakát, kiadvány, oktatófilm és előadás is.

A kampánnyal párhuzamosan a www.facebook.hu/tejtermekek oldalon online nyeremény versenyen vehettek részt a diákok.

Az edukációs programnak köszönhetően mintegy 27 ezer gyermek, valamint az oktatásukban résztvevő pedagógusok számára nyílt lehetőség bemutatni a tejtermékek sokféleségét és szerepét az egészséges táplálkozásban és fejlődésben, valamint eloszlatni azokat a tévhiteket, melyek a tej és tejtermékek előállításához, vagy fogyasztásához kapcsolódnak.

Budapest, 2016. február 25.