

## Sajtóközlemény

### Rögös túró - Átfogó kutatást végzett a Tej Termékstanács

A Tej Termékstanács megbízásából a Trend International Market Research Kft. végezte el a **'Rögös túró, mint minőségrendszer ismertsége Magyarországon'** című kutatást.

2019-ben a Rögös túró, mint hagyományos különleges élelmiszert elismerte és felvette nyilvántartásába az Európai Unió. A Tej Termékstanács a Rögös túró, mint „Hagyományos Különleges Termék” ismertségének elősegítése céljából 2022 januárjában kétéves marketing kampányt is indított.

A kutatás fókuszában egyrészt ezen kampány hatékonyságának mérése, másrészt a magyar lakosság **Rögös túró fogyasztási szokásainak, vásárlási motivációinak megismerése, a Rögös túró és a Hagyományos Különleges Termék (HKT) védjegy ismertségének felmérése állt.**

A téma átfogó megismerése érdekében a felnőtt magyar lakosságot életkor, nem, régió és településtípus szerint reprezentáló **online kutatás került lefolytatásra.**

A kutatás eredményei azt mutatják, hogy **a fogyasztók sokféle túrót ismernek, de arra a kérdésre, hogy milyen típusú túrókat tudnak megnevezni, legtöbbször a Rögös túró jutott eszébe elsőként.** A fókuszcsoportos beszélgetés résztvevői úgy nyilatkoztak, hogy az ő szóhasználatukban „a Rögös túró jelenti a TÚRÓ-t.” A megnevezés többnyire pozitív gondolatokkal társul, nosztalgiát, gyermekkori élményeket hív be, magasra pozicionálják a fogyasztók és kifejezetten kedvező terméktulajdonságokkal ruházzák fel, finom, egészséges termékként, fontos fehérje-, vitamin- és tápanyag forrásként tekintenek rá.

Nemcsak ismertsége, de vásárlói bázisa is magas a Rögös túrónak; **a túróvásárlók kétharmadának szokott a kosarába kerülni és minden negyedik ezt a típusú túróat vásárolja a leggyakrabban.** A túróvásárlás során a legfontosabb döntési szempont, hogy mennyibe kerül, és hogy esetleg akcióban van-e. Emellett fontos szerepet tölt be a kiszerelés mérete, valamint a túró állománya és hogy milyen ételhez vásárolják. A túrófogyasztók **nagy többségét ugyanis az jellemzi, hogy különböző ételféleséghez, másfajta típusú túróat szeretnek használni.** Egyes ikonikus ételek, mint például a **túrós csusza, a túrós rétes és a körözött, többnyire Rögös túróból,** a palacsinta és a különböző sütemények pedig többnyire krémes túróból készülnek, míg a túrógombócot ki ezzel, ki azzal szereti.

Az is kiderült a kutatásból, hogy az elmúlt évet jellemző **önköltség növekedés a túrófogyasztást sem kímélte.** Minden második válaszadó azt nyilatkozta, hogy ha az elmúlt évre tekint, csökkent a túró fogyasztása, és a jövővel kapcsolatban sem optimisták, egyharmaduk úgy véli, hogy csökkenni fog a fogyasztása. Nem mondanak le ugyan a túróról és kedvenc túrós ételeikről, de **a fogyasztási gyakoriság ritkul, fokozottabban figyelik az akciókat és az olcsóbb termékek, márkák irányába fordulnak.**

A kutatás fontos témája volt a Rögös túró, mint „Hagyományos Különleges Termék” minősítés ismertségének feltárása. A megkérdezett reprezentatív minta negyede hallotta már a fogalmat, ötödük azt is tudta, hogy mit is takar ez pontosan és ötödükre **a vásárlás során is hatással van.**

A Tej Termékstanács marketing **kampányának ismertsége tekintetében szintén kedvező eredményeket mutat a kutatás.** A reklámfilmlet és szlogent közel a megkérdezettek ötöde látta, illetve hallotta már korábban is, 13% pedig már a plakáttal is találkozott, ami tekintve, hogy mekkora a

„reklámzaj”, mennyi információ éri nap mint nap a fogyasztókat, jó eredménynek tekinthető. **A kampányról elismerő véleménnyel voltak a megkérdezettek**, közel kétharmaduknak elnyerte a tetszését, figyelemfelkeltőnek, ízletesnek, információgazdagnak találták, és az is pozitívumként könyvelhető el, hogy **minden ötödik megkérdezett** azt nyilatkozta, hogy meglehetősen befolyásolja vásárlási döntésüket.

A kutatás során – szintén a Tej Terméktanács által bevezetett – **Tej-szív védjegy** ismertsége és hatása is feltárássra került. Köszönhetően annak is, hogy ez a védjegy nagyobb múltra tekint vissza, **ismertsége szignifikánsan magasabb: a reprezentatív minta kétharmada már találkozott vele, és több mint negyedüket a vásárlás során is befolyásolja, mert ez a védjegy a termék magyar eredetét is jelenti a fogyasztók számára.**

<https://rogosturo.hu/>

<https://www.facebook.com/rogosturo.hu>

<https://www.instagram.com/rogosturo>

Tej Terméktanács

2023. 02. 15.