

BESZÁMOLÓ A KÖZÖSSÉGI MARKETING ALAP 2019. ÉVI FELHASZNÁLÁSÁRÓL

A Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanácsnál működő Közösségi Marketing Alapba történő befizetésről szóló piacszerkezési 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 2019. évi felhasználását mutatja be.

A Közösségi Marketing Alap bevételei

2019. január 1-től 2019. december 31-ig történt befizetések

Piacszerkezési hozzájárulás (0,0005%)	99 855 889 forint
Védjegyhasználati díj	91 440 000 forint

Támogatások

0 forint

BEFIZETÉSEK MINDÖSSZESEN:	191 295 889 forint*
----------------------------------	----------------------------

**összes bruttó marketing bevétel*

A Közösségi Marketing Alap kifizetései

2019. január 1-től 2019. december 31-ig történt kifizetések

Marketing kiadások	105 464 961 forint
ÁFA	13 396 945 forint
Nem marketing alapot érintő bevétel (4%)	7 651 836 forint

Korrigált egyenleg	68 414 328 forint
---------------------------	--------------------------

Nyitó korrigált egyenleg	3 632 181 forint
Bevétel	191 295 889 forint
Kiadás	-126 513 742 forint

A Közösségi Marketing Alap kifizetései részletezése

	Marketing tevékenység részletezése	Közösség Marketing Alap kifizetései (ezer Ft)
1.	TV kampány/leadás	38 100
2.	„Van itthon tej” c. rajzpályázat (Kabalafigura)	2 790
3.	Tej Világnap	10 601
4.	Osztálykirándulás	191
5.	Online média kampány	9 075
6.	Magyar Hónap	9 769
7.	Facebook kampány	6 781
8.	Iskolai Edukáció	7 152
9.	Szarvasmarha Ágazati Szeminárium	3 810
10.	Kézműves Sajt készítő Támogatása	2 800
11.	Tejágazati Szakmai Konferencia	4 306
12.	Tejipari Hírlap	2 585
13.	PR	1 311
14.	Pápai Agrár Expo	783
15.	Példakép tábor	559
16.	Gyermeorvosi rendelő megjelenés	408
17.	Tagi Tájékoztató	827
18.	Tejgazdasági Szemle	381
19.	tejsziv.hu	283
20.	Előző évről áthúzódó kifizetések	1 930
21.	Egyéb költségek	758
22.	Bank költség	266
23.	Áfa	13 397
	Összesen	118 863
	működésre fordítható összeg (4%)	7 652

Marketing tevékenységek rövid bemutatása

1. TV kampány/leadás

Az Elnökség 28/2019. (04. 11.) sz. határozatával elfogadott 2019-2020. évi marketing kampány egyik meghatározó eleme a televíziós megjelenés. A koncepció szerint 2019-2020. időszakban előreláthatólag négy televíziós spot készül „Tejsztorik” címmel. Ez a négy reklámspot mutatja be az Elnökség és a Kereskedelmi és Marketing Bizottság által javasolt és elfogadott témaköröket (1. környezetvédelem, 2. a tej, mint szuperélelmiszer, 3. társadalmi felelősségvállalás, 4. a tej útja.).

A Tej Terméktanács az Elnökség 40/2019. (07.19.) sz. határozata alapján a 2019. szeptember 23-tól október 27-ig tartó időszakra 762 GRP-t vásárolt a 25-45 éves felnőtt célcsoportban, 30 másodperces spot hosszal az R-time csoporttól. A Tejsztorik első epizódja a környezetvédelem témakörében készült, a szpotban megjelenő kabalafigura hangját Csifó Dorina színművésznő szinkronizálta.

2. „Van itthon tej” c. rajzpályázat – Tejszív kabalafigura

A Tej Terméktanács 2019-2020. évi közösségi marketing kampányát a 28/2019. (04. 11.) sz. elnökségi határozattal elfogadott koncepció alapján egy gyermekek által megalkotott Tejszív kabalafigura támogatja.

A Tej Terméktanács ezért 2019 májusában rajzpályázatot hirdetett általános iskolai tanulók részére annak érdekében, hogy – a Tejszív csapatát segítve – együtt alkossák meg az éves tejkampány kabalafiguráját. A rajzverseny célja az volt, hogy a kampány főhősét ne mi, felnőttek alkossuk meg, hanem a gyerekek bevonásával, képzelőerejük segítségével hívásával ők álmodják meg a figurát.

Az országos rajzversenyt online felületeken (Facebook/Instagram) és iskolamarketing keretében országszerte 150 általános iskolában plakátkihelyezésekkel is promóztuk.

A pályázati kiírás szerint kézzel készített, egyedi alkotásokat várt a Terméktanács, a pályázatok digitálisan, az erre kialakított online felületre történő feltöltéssel, vagy postai úton történő beküldéssel kerültek befogadásra. Határidőre közel félezer alkotás érkezett.

A győztes figura megálmodója kétnapos kirándulást nyert osztályának, valamint a nyertes pályázó és minden osztálytársa egy-egy kabalafigurás bögrét kapott ajándékba.

3. Tej Világnap

A Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács 2019. június 6-án a MOM Sport Uszoda- és Sportközpontban szervezte meg 2019. évi Tej Világnapi rendezvényét. Az eseményen a már hagyománynak számító tejfesztivál keretében kisiskolásokat láttunk vendégül, valamint gyermekprogramok mellett sajtótájékoztató és állófogadás keretében kívántunk vendégeinknek lehetőséget biztosítani egy kötetlen hangvételű beszélgetésre.

A 2019. évi rendezvény központi eleme az elmúlt évekhez hasonlóan a Tejszív logó volt. A program üzenete a gyermekekhez, a fiatal generációhoz szólt, hangsúlyozva az egészséges életmód és a tejfogyasztás kapcsolatát.

Az ünnepségre a kormányzati, szakmai szervezetek mellett közel kétszáz gyermek is meghívást kapott, köztük az a diák és osztálya is, aki a Terméktanács 2019 májusában meghirdetett rajzpályázatának győztes alkotását készítette.

A rajzpályázat eredményhirdetése mellett idén is számos informatív és szórakoztató programmal készült a Terméktanács a résztvevők számára. A fesztiválra kilátogató gyerekek edukációs játékokban és akadálypályákon teljesíthettek különböző ügyességi feladatokat, a felnőtteket pedig szakmai sajtótájékoztató, valamint a tejágazat és a Kormányzat képviselői számára meghirdetett kispályás labdarúgó-bajnokság várta. A tornán a NÉBIH, a NAK, a MÁK, az Agrárminisztérium és a Tejesek csapata mérkőzött meg.

A Terméktanács a tejfogyasztás jelentősége mellett a környezettudatosságra is nagy hangsúlyt fektetett az idei rendezvényen. A környezetvédelmi tematika a gyerekek számára rendezett ügyességi játékokban is visszaköszönt, illetve magát a fesztivált is igyekeztünk a lehetőségekhez képest környezetbaráttá alakítani.

A rendezvényen a Tej Terméktanács partnerei közül a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara és a Terta Pak saját standdal jelent meg. A NAK edukatív VR játékkal, színezővel, gyümölcsös shake kóstolóval és zöldség mártogatóssal készült, míg a Tetra Pak az Italos Karton Szövetséggel közösen szórakoztató, oktató programokkal és ásványvízzel kedveskedett a megjelent kisiskolásoknak.

A rendezvényen sajtótájékoztató keretében beszédet mondott Istvánfalvi Miklós, a Tej Terméktanács elnöke, Farkas Sándor parlamenti államtitkár, Dr. Kondra Laura, a Magyar Államkincstár elnökhelyettese, Dr. Kis Péter András, a Nemzeti Adó- és Vámhivatal szóvivője, Dr. Oravecz Márton a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal elnöke, valamint Papp Gergely, az Agrárgazdasági Kamara szakmai főigazgató-helyettese.

A rendezvény moderátora az idei évben is Petúr András sportriporter volt.

4. Osztálykirándulás

A Tej Terméktanács 2019 májusában rajzpályázatot hirdetett általános iskolai tanulók részére annak érdekében, hogy – a Tejszív csapatát segítve – együtt alkossák meg az éves tejkampány kabalafiguráját. A győztes figura megálmodója kétnapos kirándulást nyert osztályának, valamint a nyertes pályázó és minden osztálytársa egy-egy kabalafigurás bögrét kapott ajándékba. 2019. évben az osztálykirándulásra elkülönített összeg (nyeremény) egy részét használta fel a győztes tanuló osztálya, a fennmaradó összeg 2020. évben került elköltésre.

5. Online médiakampány

A Tej Terméktanács az előző évek tapasztalata alapján, a lehető leghatékonyabb elérés céljából törekedett az integrált kampány folytatására, ezért a szeptember 23. – október 27. között futó televíziós megjelenés online kampánnyal került kiegészítésre, megerősítésre. Az online kampány a televíziós megjelenéssel összhangban került kialakításra.

A legtöbb site esetén TCR (társadalmi célú reklám) kedvezményt kaptunk. A médiaterv banner megjelenéseket (statikus és dinamikus), videós megjelenéseket, fizetett PR cikkeket és szponzorációt is tartalmazott, fix, valamint AV és CT vásárlás típussal. Ezen túlmenően a reklámspot a youtube csatornán is futott a fenti időszakban, PPC kampány keretében.

6. Magyar Hónap

2019. május-június hónapokban megvalósításra került a Kereskedelmi és Marketing Bizottság és a Feldolgozói Tagozat ajánlása szerint végrehajtott akciósújság kampány. A kampány során hirdetésekkel került támogatásra a hazai tej és tejtermékek vásárlása. Az akció során a kiskereskedelmi láncok országos akciós újságjaiban egységes, kizárólag a Terméktanács marketing kampányának kreatív elemivel előkészített magyar – elsődlegesen Tejszív logót

viselő – tejtermék hirdetések kerültek elhelyezésre. A „Magyar Hónap” kampányban történő kiskereskedői részvétel opcionális volt. A 2019 tavaszán végrehajtott akcióban 5 kiskereskedelmi lánc vett részt.

7. Facebook kampány

A kampány kommunikációja a közösségi média oldalakon is aktívan zajlott, mindkét felületen folyamatos, havi szintű PPC költségekkel kerültek támogatásra hirdetéseink. (<https://www.facebook.com/tejsziv>, <https://www.instagram.com/tejsziv/>).

8. Iskolai Edukáció

Felismerve a fiatalok általában helytelen fogyasztói szokásait, a Terméktanács több mint tizenöt éve elkezdte, és folyamatosan megszervezte az iskolai edukációs programot. A tanulók körében végrehajtott program a magyar tej és tejtermékek népszerűsítéséről, a tejfogyasztás fontosságáról szól. A mobil kiállítás alapvető célja, hogy a gyermekekkel megszerettesse a tej fogyasztását, bemutassa a tejtermékek sokféleségét és szerepét az egészséges táplálkozásban, továbbá eloszlassa azokat a tévhiteket, melyek a tejtermékek előállításához, vagy fogyasztásához kapcsolódnak.

A teljesen új formában megvalósításra kerülő iskolai edukációs roadshow 2020. év elején ismét útjára indult, melynek előkészítő munkálatai 2019. év végén fejeződtek be.

9. Szarvasmarha Ágazati Szeminárium

A Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács 2019. évben négy alkalommal támogatta az Állattenyésztési Teljesítményvizsgáló Kft. által megrendezésre kerülő kétnapos Szarvasmarha Ágazati Szeminárium sorozatot (az utolsó szeminárium 2020. év elején került kifizetésre). A Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács által felügyelt Tejszív Védjegycsalád 'Tejszív' és 'Sajtszív' védjegyei a rendezvényre készülő minden dokumentumon, segéd- és marketinganyagon feltüntetésre kerültek. A rendezvény helyszínén a regisztrációs pultnál és az előadóteremben a – 2/2015. (II. 6.) FM rendelet 2. § (1)–(2) bekezdéseknek megfelelő tartalommal készülő – szórólapok, roll-upok és zászlók kerültek kihelyezésre, valamint honlapján (www.atkft.hu) a 'Tejszív' és 'Sajtszív' védjegyeket a Támogatók között feltüntette.

10. Kézműves Sajtkészítők támogatása

Az Elnökség 11/2019. (02.27.) sz. határozatának értelmében a Közösségi Marketing Alap terhére bruttó 2 500 000 forinttal került támogatásra a KKASE Sajtkészítők Egyesülete által szervezett 2019. évi 'Sajtbíráló tanfolyam' képzés. A rendezvénysorozat 2019. március 22. – június 30. között lebonyolításra került, melynek eredményeként 24 fő végzős hallgató vehette át a minősítő oklevelet.

A Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács Közösségi Marketing Alapja továbbá 300 000 forinttal támogatta a 2019. október 11. – 13. között, Budafokon, a Törley Pezsgőmanufaktúrában megrendezésre került VII. Magyar Sajtmustrát is.

11. Tejágazati Szakmai Konferencia

A Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács 2019. november 14-én Gárdonyban rendezte meg IX. Tejágazati Konferenciáját.

Már hagyománynak számít, hogy a Terméktanács minden év őszén megszervezi a tejágazat éves tanácskozását, mely szakmai eseményeket igyekszik logikusan egymásra épülve tematizálni. Az eseményt a Terméktanács neves hazai és külföldi előadók közreműködésével valósította meg, melyet az ágazat szereplőin túl a Kormányzat képviselői is megtiszteltek. Az előző évekhez hasonlóan eredményes és tartalmas konferencián közel 200 fő vett részt.

12. Tejipari Hírlap

A Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács összhangban a 2/2015. (II. 6.) FM rendeletben foglaltakkal, együttműködési megállapodást kötött a Magyar Tejipari Egyesüléssel, melynek értelmében a Tejipari Hírlap, valamint az abban történő marketing tartalmak megjelentetését támogatta.

13. PR

A Terméktanács az év során több alkalommal jelentetett meg fizetett PR cikkeket, az ökológiai lábnyom csökkentése, a tej és a tejtermékek szerepe a kiegyensúlyozott táplálkozásban, vagy a rögzös túró uniós oltalma kapcsán.

14. Pápai Agrárexpo

A Tej Terméktanács 2019. április 27-én standdal jelent meg az ország legnagyobb agrár játszóterén, a Pápai Agrárexpon. A kiállításon megjelent gyermekek kipróbálhatták, milyen tehenet fejni és megismerkedhettek a tej útjával a legelőktől egészen a polcokig.

15. Példakép tábor

A németországi Hanns Seidel Alapítvány és a Polgári Szécsényért Alapítvány közösen rendezte meg, immáron nyolcadik éve, a Példakép Tábor. Az eseményen ezúttal közel száz hátrányos helyzetű, Nógrád megyei, 8-12 éves gyermek vett részt. A NAK szervezésében térségbeli termelők termékeit kóstolhatták meg a fiatalok, illetve előadást hallgattak a mezőgazdaság sokszínűségéről. A rendezvény színesítéséhez a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács is hozzájárult, helyszíni aktivitással és tejtermékekkel.

16. Gyermekorvosi rendelő megjelenés

A Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács 2020. január-február hónapokban országos szinten 150 gyermekorvosi rendelőben jelent meg a tej és tejtermékek egészséges életmódban betöltött szerepét népszerűsítő B2 méretű plakáttal és szórólappal. A Tej Terméktanács Közösségi Marketing Alapjából finanszírozott kampány célja a gyermekek tej és tejtermék fogyasztásra nevelő támogatása. A kampány első számlájának kifizetése 2019. évben megtörtént.

17. 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, melyet negyedévente kaptak meg tagjaink elektronikus úton.

18. Tejgazdasági Szemle

A Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács összhangban a 2/2015. (II. 6.) FM rendeletben foglaltakkal, együttműködési megállapodást kötött a Tejgazdasági Szemlében történő marketing témájú megjelenések és nyomtatott példányok előfizetési formában történő megrendelése tárgyában.

19. tejsziv.hu

A kampány valamennyi eleméhez szorosan kapcsolódik az online kommunikáció, melynek érdekében a www.tejsziv.hu weboldal arcuatát a kampányhoz igazítottuk. Az oldalon „Tejsztorik” címmel kialakításra került egy aloldal, ahol a televíziós reklámspotnak megfelelően edukálunk és környezetvédelmi szempontok szerint járjuk körbe a kérdést, hogyan csökkenthető az ökológiai lábnyom a Tejszív logóval ellátott termékek vásárlásával. A könnyen érthető edukációs tartalmat vizuálisan is érdekessé tettük, az arcuat a reklámspot világának megfelelően készült, a rajzolt, grafikus világ ezen a felületen is visszaköszön.

Az aloldalon elhelyezése került egy interaktív kvíz, ahol az ide irányított fogyasztók egyszerű kérdésekre válaszolva tudhatják meg, hogy mennyire tudatos fogyasztók, valamint tippet kaphatnak arra is, hogy hogyan javíthatják az elért eredményt.

20. Előző évről áthúzódó költségek

2018. december 20-án Kapás Boglárka korábbi Tejszív nagykövet a közelgő ünnepek alkalmából a Mikulásgyárba látogatott és 40 karton, Terméktanács tag feldolgozók által gyártott UHT tejet adományozott a mélyszegénységben élő nagycsaládok és gyermekek részére. Az esemény díja, valamint a december havi közösségi oldalak menedzselési díja, továbbá a marketing ügynökség havidíjának 2018 decemberi számlája áthúzódó költségként, 2019. év elején került kifizetésre.

21. Egyéb költségek

Itt kerültek feltüntetésre a máshová nem sorolható szóróajándékok, kreatív anyagok, meghívók tervezésének díja, stb.

Budapest, 2020. május 31.