

BESZÁMOLÓ

A KÖZÖSSÉGI MARKETING ALAP 2021. ÉVI FELHASZNÁLÁSÁRÓL

A Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanácsnál működő Közösségi Marketing Alapba történő befizetésről szóló piacszerkezési intézkedés kiterjesztéséről szóló 67/2020. (XII. 21.) AM 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 2021. évi felhasználását mutatja be.

A Közösségi Marketing Alap bevételei

2021. január 1-től 2021. december 31-ig történt befizetések

Piacszerkezési hozzájárulás (0,0005%)	90 077 700 forint
Védjegyhasználati díj	92 824 440 forint

Támogatások

700 000 forint

BEFIZETÉSEK MINDÖSSZESEN:	183 602 140 forint*
----------------------------------	----------------------------

**összes bruttó marketing bevétel*

A Közösségi Marketing Alap kifizetései

2021. január 1-től 2021. december 31-ig történt kifizetések

Marketing kiadások	147 402 883 forint
ÁFA	7 430 010 forint
Nem marketing alapot érintő bevétel (5%)	9 145 108 forint

Korrigált egyenleg	70 023 507 forint
---------------------------	--------------------------

Nyitó korrigált egyenleg	50 399 507 forint
Bevétel	183 602 140 forint
Kiadás	163 978 001 forint

A Közösségi Marketing Alap kifizetéseinek részletezése

	Marketing tevékenység részletezése	Közösség Marketing Alap kifizetései (ezer Ft)
1.	A tej? Az tej. kampány (kampánytervezés)	2 898
2.	A tej? Az tej. kampány (TV reklámkampány)	38 100
3.	A tej? Az tej. kampány (reklámfilm gyártás)	4 445
4.	A tej? Az tej. kampány (TV és rádió PR kampány)	10 730
5.	A tej? Az tej. kampány (banner + PR médiaköltés)	4 522
6.	A tej? Az tej. kampány (online hirdetés)	4 382
7.	A tej? Az tej. kampány („Dietetikusunk válaszol” videó)	826
8.	MDOSZ együttműködés	5 400
9.	tejsziv.hu fejlesztés („Tejtények” aloldal)	945
10.	Tejszív Facebook/Instagram	11 006
11.	AMC kampány	362
12.	Tej Világnap	16 692
13.	Szarvasmarha Ágazati Szeminárium	3 810
14.	Magyar Hónap	12 497
15.	Karácsonyi kampány	1 767
16.	NAK tábor	182
17.	Piackutatás	3 981
18.	Tejgazdasági Szemle	300
19.	Tejipari Hírlap	3 026
20.	Iskolai Edukációs Roadshow	2 681
21.	TV kampány előleg (2022 január)	17 780
22.	Előző évről áthúzódó költségek	340
23.	Egyéb költség	386
24.	Bank költség	346
25.	áfa	7 430
	Összesen	154 834
	működésre fordítható összeg (5%)	9 145

Marketing tevékenységek rövid bemutatása

1. A tej? Az tej. kampány (kampánytervezés)

A Tej Terméktanács 2021. évben „A tej? Az tej.” elnevezéssel integrált proaktív kommunikációs kampányt folytatott. A kampány célja volt, hogy a médiában az erre fogékony fogyasztók kiegyensúlyozott tájékoztatást kapjanak/kaphassanak, fontos cél volt a fogyasztók szemlélet-formálása, valamint hiteles tájékoztatása a tej és tejtermékek egészséges táplálkozásban betöltött szerepéről. A főbb kampányelemek többek között a televíziós reklámfilm hirdetés, a kapcsolódó PR- és banner kampány, a különböző social media és YouTube hirdetések, a dietetikus által elkészített kérdezz-felelek videó, valamint egy „Tejtények” elnevezéssel indított tájékoztató weboldal kialakítása voltak. A kampány során együttműködő partnerünk volt a Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége.

2. A tej? Az tej. kampány (TV reklámkampány)

A Titkárság 2021 tavaszán – együttműködve a Kereskedelmi és Marketing Bizottsággal – elkészítette „A tej? Az tej.” c televíziós reklámfilmét. A reklámfilm az Magyar Dietetikusok Országos Szövetségének együttműködésével került megvalósításra. A Terméktanács a reklámspot mediavásárlását az R-time csoporttal kötötte. A 30 másodperces spot az RTL csatornáin került vetítésre június 7-től 5 héten keresztül.

3. A tej? Az tej. kampány (reklámfilm gyártás)

Előkészítésre és gyártásra került „A tej? Az tej.” c. kampányhoz kapcsolódó reklámfilm. A reklámfilm az Magyar Dietetikusok Országos Szövetségének együttműködésével került megvalósításra – a reklámfilm az alábbi linken megtekinthető: <https://www.youtube.com/watch?v=VPcH0zju0bQ>

4. A tej? Az tej. kampány (TV és rádió PR kampány)

A Tej Terméktanács ügyvezető igazgatója és az MDOSZ dietetikusa részvételével PR beszélgetések kerültek megtartásra különböző médiumoknál (TV2 Mokka, RTL Reggeli, Kossuth rádió, Retro rádió, Petőfi rádió), valamint különböző online platformokon fizetett PR cikkek kerültek elhelyezésre.

5. A tej? Az tej. kampány (banner + PR médiaköltés)

A kampányt számos felületen hirdettük, a bannerhirdetésekkkel a fogyasztókat a tejsziv.hu/tejtények aloldalra tereltük.

6. A tej? Az tej. kampány (online hirdetés)

A kampányt social media felületeken és a YouTube csatornákon is hirdettük, a hirdetésekkel a fogyasztókat a tejsziv.hu/tejtények aloldalra tereltük.

7. A tej? Az tej. kampány („Dietetikusunk válaszol” videó)

A tejsziv.hu oldalon létrehoztunk egy „Kérdezz-felelek” chat-ablakot, amelynek segítségével, a témával kapcsolatos fogyasztói kérdéseket vártuk. A beérkezett kérdéseket egyesével

elektronikus úton és összegezve, videóüzenet formájában válaszolta meg az MDOSZ dietetikusa. A lehetőséggel arra buzdítottuk a fogyasztókat, hogy merjenek kérdezni, nincs rossz kérdés, szervezeteink mindenre hiteles választ adnak. Az edukatív videó novembertől a közösségi médiafelületeken és a YouTube csatornákon megosztásra, hirdetésre került.

8. MDOSZ együttműködés

A Terméktanács „A tej? Az tej.” kampány céljainak megvalósítása érdekében egy éves együttműködési megállapodást kötött a Magyar Dietetikusok Országos Szövetségével. Az együttműködés célja a fogyasztók szemlélet-formálása, valamint hiteles tájékoztatása a tej és tejtermékek egészséges táplálkozásban betöltött szerepéről.

9. Tejsziv.hu fejlesztés („Tejtények” aloldal)

„A tej? Az tej.” kampány támogatásaként szakmai tájékoztató aloldal került kialakításra a tejsziv.hu weboldalon. A „Tejtények” aloldal (www.tejsziv.hu/tejtenyek) számos MDOSZ által is alátámasztott tényeket mutat be a tej és tejtermékek pozitív élettani hatásairól, valamint aloldalon található információkkal megpróbáltuk a fontosabb fogyasztói tévhiteket is eloszlatni.

10. Tejszív Facebook/Instagram

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/>). Az év során számos nyereményjátékot hirdettünk követőink számára.

11. AMC kampány

A 2021 novemberében zajlott – AMC által finanszírozott és a Tej Terméktanács szakmai irányítása mellett folytatott – tejfogyasztást ösztönző kampány a tejszóra és a tejszóból készült termékekre, mint egészséges tápanyagforrásokra hívta fel a figyelmet. A kampány a Terméktanács által folytatott „A tej? Az tej.” kampány céljait erősítő, edukációs tartalommal futó, nyereményjátékkal és influencer támogatással (Tóth Dávid -kajakos) került megvalósításra. A játékot rádióspottal, online hirdetésekkel támogattuk, továbbá fizetett hirdetések, PR cikkek, interjúk segítségével került hangsúlyozásra a tej egészséges, pozitív hatása. A kampány egyik meghatározó eleme a „Nagy Tej Kvíz” címmel indított országos nyereményjáték volt. A játék során a tejszóra és a tejtermékekkel kapcsolatos kérdésekre kellett a játékosoknak helyes választ adniuk, majd a regisztrációt követően részt vehettek a nyeremény sorsoláson. Nyeremények: 1 db Tejszív logós termékekkel teli hűtőszekrény, valamint 10 db Tejszíves ajándécsomag volt.

12. Tej Világnap

A Terméktanács a koronavírus-járványra tekintettel 2021. évben ismét online keretek között rendezte meg a Tej Világnapját. Az országosan promótált esemény keretében a játékosokat egy 4 napon át tartó virtuális akadályfutásra hívtuk. A „Ki fut? A tej! – avagy A Nagy Tejszív Futam” címmel országos online futóverseny és nyereményjáték került megrendezésre, melynek során okoseszközökre fejlesztett virtuális futópályán a Tejszív kabalafigura (*a 2017. évi Tej Világnapi, fenntarthatóság jegyében szervezett gyermek rajzverseny győztes rajza alapján készült figura*) segítségével a játékosok különböző tejtermékeket, valamint Tejszív logót

gyűjthetnek, és vehetnek részt a nyeremény sorsoláson. A fődíj 3 db Apple Watch Series 6 okosóra és 3 db Decathlon vásárlási utalvány volt. A Tej Világnaphoz kapcsoló influencer kampányból született gasztró tartalmak felhívták a figyelmet a tejtermékek jótékony hatásaira, a Tej Világnap, valamint a Tejszív logó jelentőségére is. A Tej Világnap során Dobó Ági influencer, Lázár Chef, Pauli Zoli sztárszakácsok és Dékei Zóra életmódtanácsadó rögzös túróból és egyéb tejtermékekből elkészíthető recepteket osztottak meg a közönséggel.

13. Szarvasmarha Ágazati Szeminárium

A Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács 2021. évben három alkalommal támogatta az Állattenyésztési Teljesítményvizsgáló Kft. által megrendezésre kerülő kétnapos Szarvasmarha Ágazati Szeminárium sorozatot. 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 – 67/2020. (XII. 21.) AM rendeletnek megfelelő tartalommal készülő – szórólapok, roll-upok és zászlók kerültek kihelyezésre, valamint honlapján (www.atkft.hu) a 'Tejszív' és 'Sajtszív' védjegyeket a Támogatók között feltüntette.

14. Magyar Hónap

2021. május-június hónapokban zajlott a Kereskedelmi és Marketing Bizottság ajánlása szerint végrehajtott vásárlásösztönző akciósújság kampány. Az akció során a kiskereskedelmi láncok országos akciós újságaiban egységes, kizárólag a Terméktanács marketing kampányának kreatív elemivel előkészített magyar – elsődlegesen Tejszív logót viselő, Terméktanács tag tejfeldolgozók termékeit tartalmazó – tejtermék hirdetések kerültek elhelyezésre. Szintén feltétel volt, hogy a fél oldalas hirdetésnél az adott teljes oldal se tartalmazzon imitátumot, növényi italt, ill. import tejterméket, valamint a Terméktanács tag feldolgozók a korábbiaknál nagyobb számban jelenhessenek meg legalább egy-egy termékkel. Az akciósújság kampányban 7 üzletlánc vett részt

15. Karácsonyi kampány

A karácsony közeledtével játékra hívtuk közösségi oldalaink követőit. A tavalyi évben alkottuk meg a Tejszív GIF matricakészletünket, ami a Tejszív védjegy népszerűsítésére szolgáló eszköz, és a magyar márkák között még mindig ritkaságnak számít. A Tejszív logóval és arculati elemekkel ellátott animált matricákat bárki használhatja, GIF-matricaként Instagram és Facebook storyban, GIF-ként pedig Facebook kommentben vagy Messenger üzenetben is.

A GIF matricacsomag a karácsonyi kommunikáció kiegészítő eleme volt, melyet mind az Instagram, mind pedig a Facebook felületeken egy-egy nyereményjátékkal népszerűsítettünk. A követőinket arra kértük, kommenteljék, illetve töltsék fel saját Instagram story-jukba a kedvenc Tejszív gifüket a december 13-tól december 17-ig tartó kampányidőszakban.

16. NAK tábor

A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara 2021 nyarán is ingyenes programokkal támogatta a Nógrád megyei Szécsény városában zajló hátrányos helyzetű gyermekek részére létrehozott gyermektábort. A rendezvény színesítéséhez helyszíni aktivitással a Tej Terméktanács is hozzájárult.

17. Piackutatás

A Tej Terméktanács 2020. októberében piackutatási tendert ír ki, hogy megismerje a magyar lakosság növényi-alapú termékek fogyasztási szokásait, vizsgálja a „Tejszív” és „Sajtszív” logók ismertségét, az emberek véleményét ezen kommunikációs elemekkel kapcsolatban. A kutatás célja volt, hogy megértsük a növényi alapú italok/termékek ilyen nagy mértékű (és gyors) térnyerésének okait, hogy megértsük a tej, tejtermék fogyasztással kapcsolatos összefüggéseket (kannibalizáció), a fogyasztói motivációkat és döntési pontokat, és azt, hogy a vásárlók a „rendes” tejtermékekhez képest miért hajlandóak ilyen mértékű prémiumot fizetni ezekért a termékekért. Célunk volt továbbá, a magyar lakosság növényi-alapú termékek fogyasztási szokásainak megismerése, a térnyerés okainak felkutatása, fogyasztói szükségletek, motivációk megértése, mind a tej fogyasztók és a nem-fogyasztók részéről.

18. Tejgazdasági Szemle

A Tej Terméktanács összhangban a 67/2020. (XII. 21.) AM rendeletben foglaltakkal, együttműködési megállapodást kötött a Tejgazdasági Szemlében történő marketing témájú megjelenések és nyomtatott példányok előfizetéses formában történő megrendelése tárgyában.

19. Tejipari Hírlap

A Tej Terméktanács összhangban a 67/2020. (XII. 21.) AM rendeletben foglaltakkal, együttműködési megállapodást kötött a Magyar Tejipari Egyesüléssel, melynek értelmében a Tejipari Hírlapot, valamint az abban történő marketing tartalmak megjelenését támogatta.

20. Iskolai Edukációs Roadshow

A Tej Terméktanács 2021. évben – tekintettel a vírushelyzetre – nem folytatott iskolai edukációs tevékenységet. Ezen a soron a 2020. évben elszámolt, de 2021. évre áthúzódott kifizetések kerültek feltüntetésre.

21. TV kampány előleg (2022. január)

A Tej Terméktanács a kedvező, év eleji hirdetési időszakot kihasználva 2022 januárjában médiahelyet vásárolt „A tej? Az tej.” c. reklámspot ismételt vetítéséhez az R-time csoporttól. A mediavásárlás előlege 2021 decemberében került átutalásra.

22. Előző évről áthúzódó kifizetések

Itt kerültek feltüntetésre a 2020. évben elszámolt, de 2021. évre áthúzódott kifizetések.

23. Egyéb költségek

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

Budapest, 2022. május 27.