

Terra Madre

A hagyományos termékeket előállító közösségek világnapja

Budapest, 2009. december 10.

A Hagyományos Élelmiszer munkacsoport tevékenysége és a HÍR program

*PALLÓNÉ DR. KISÉRDI IMOLA
szakmai tanácsadó-főtanácsos, FVM
EOQ MNB Hagyományos Élelmiszer
munkacsoport vezető*

Hagyományos Élelmiszer Munkacsoport

- Alapítva 2004-ben
- **Célkitűzés: a hagyományos és tájjellegű termékek európai szintű hasznosítási stratégiájának továbbfejlesztése**
a fenntartható helyi boldogulásért
- Tagok: 125 szakember
- Tevékenység:
 - Nemzetközi konferenciák (IAMA, 2009. június 20-23.)
 - Szakmai rendezvények (Szeged, 2009.nov.12)
 - Szakmai konzultációk (HÍR védjegy, augusztus 29.)
 - Konferenciakiadványok és publikációk
 - Együttműködés más szervezetekkel (Nemzeti Élelmiszer-technológiai Platform, Slow Food, IAMA, Magyar Védjegy Egyesület)

A fenntartható helyi boldogulásért

A hagyományos termékek minőségi ciklusának 4 szakasza

- Azonosítás:** a helyi tudás és helyi potenciálok felmérése
Kulcstényező: kollektív megközelítés
- Minősítés:** A termék előállítási szabályok felállítása/Jó Gyártási Gyakorlat
Kulcstényező: résztvevők egyetértésre jutása
- Megtérülés:** marketing, disztribúció, promóció és kommunikáció
Kulcstényezők: fogyasztói igények ismerete, értéklánc szereplőinek bevonása, közös akciókkal költségcsökkentés
- A helyi erőforrások **reprodukciója:** fenntarthatóságot biztosító rendszer
Kulcstényezők: gazdasági, társadalmi és környezeti



Kedvező nemzetközi környezet

FAO Regionális Konferencia Európáért (Innsbruck, Austria, 2008. június 26-27.)

A miniszteri kerekasztal témája: Hagyományos mezőgazdasági termékek promóciója a fenntartható vidékfejlesztés érdekében

FAO regiszter felállítása a minőségi termékekre

FAO workshop Budapest, 2009. okt.20-21. „Őshonos állatfajták és a biodiverzitás” (Rendek-tanya látogatás)

IV. Európai Fórum az élelmiszer minőségről (Brüsszel, 2009. okt-7-8) Qualigeo Atlasz bemutatása

www.qualigeo.eu



**QUALIGEO
ATLAS**





„Globális kihívások - Lokális válaszok”

IAMA Agrárgazdasági Világforum

Budapest 2009 június 20-23

Regionális termékek a globális arénában szekció

Szekcióelnök: Prof. Francesco Braga, Guelph, Canada

Lokális megoldások:

Ausztria: Erhard Höbaus, Ministry of Agriculture GRÖ

Magyarország: Sebők András, Campden & Chorleywood, Budapest EU Truefood

Franciaország: Ariadne Angelier, Ministry of Agriculture
európai oltalmi fromák

Hollandia: Arnoud-Jan Bijsterveld, University of
Tilburg (Brabender)

Kiadvány Bostonra

Szervező: Pallóné Kisérdi Imola, EOQ MNB HÉ mcs



Hallgatói esettanulmány vetélkedő

Magyar esetpélda

A Bánffi szikvíz: hagyomány, kultúra és innováció – múlt, jelen és jövő

Probléma felvetése: a szikvíz iránti fogyasztói kereslet évről-évre csökken

Feladat: a jelenlegi helyzet elemzése alapján stratégiai javaslatokat tenni a szikvíz piaci pozíciójának a javítására

Szerzők: Pallóné Dr. Kisérdi Imola és Prof. Gregory Baker SCU CA USA

Lektorok: Dr. Molnár Pál EOQ MNB, Mary Shelman Harvard Business School

*Köszönet a MOSZI vezetésének és a Bánffi&Bánffi Kft-nek!
International Food and Agribusiness Management Review
angol nyelvű publikáció folyamatban.*

IAMA Agrárgazdasági Világforum HÍR kiállítás

Budapest, 2009. jún. 20-23.



Köszönet: Csongrád m-i Agrárkamara és Nonprofit Kft
Csongrád megyei-i Közgyűlés
Kürcsi Kft. AMC

A hungarikumok védelméről szóló OGY határozat

1. Kinyilvánítja, hogy a hungarikumok megőrzendő, egyedülálló nemzeti értéket képviselnek.
2. Felkéri a Kormányt, hogy a tudományos, kormányzati szervek, szakmai érdekképviseletek és a civil szervezetek bevonásával dolgozza ki a hungarikumok rendszerét és hasznosításuk lehetőségeit.
3. Felkéri a Kormányt, hogy vizsgálja meg a Hagyományok-Ízek-Régiók gyűjtemény bővítésének, hasznosításának a lehetőségeit és a határontúli, magyarlakta területeken való gyűjtőmunkához a szakmai segítségnyújtás lehetőségét.
4. Felkéri a Kormányt, hogy ösztönözze az agrártermékek közösségi oltalmának a megszerzését.
5. A Kormány adjon tájékoztatást a fentiekről 2009.dec.31-ig.

*(77/2008. (VI.13.) OGY határozata Magyar Közlöny 87. szám
2008. június 13.)*

„Hungarikumok a Parlamentben”
Konferencia, 2009. szeptember 26.

*“Ugyanazt akarjuk, amit
Bartók és Kodály a zenében,
visszanézni a múltba, hogy a
múlt értékeit megmentjük és
a jövő számára átadjuk.”*

/Vajda Lajos, 1936 nyomán/

Parlamenti előadásom témakörei voltak:

- I. Új minőségi koncepció Európában (1992-1997)
a hagyományos termékek versenyképességének biztosítására
- II. Hagyományok-Ízek-Régiók (HÍR) Program (1998-2002)
célkitűzés, követelményrendszer, eredmények
- III. HÍR Gyűjtemény hasznosítása (2003-tól)
közösségi marketing, oltalmi lehetőségek, vidékfejlesztési programok
- IV. A HÍR védjegy pályázat, 2009
- V. Hungarikum esetpélda bemutatása

I. EUROTERROIRS Program

Koncepció (1993-1997)



- A hagyomány, táj és kultúra fontos minőségi jellemző
- A hagyományos és tájjellegű termékek nemzeti kincsek
- A magas hozzáadott értékű termékekkel a versenyképesség növelhető

Európai gyűjtemény 4000 termék

II. Hagyományok-Ízek-Régiók (HÍR) Program 1998-2002

Célkitűzés: A magyar hagyományos és tájjellegű élelmiszerek gyűjteményének létrehozása és gazdasági hasznosításuk

Fogalom meghatározás: A *hagyományos és tájjellegű* termék fogalma kifejezi a helyi közösségekben kialakult hagyományos gyártási ismeretek generációkon keresztül történő továbbadását:

Hármas dimenzió: Hely – Idő - Kultúra

Követelményrendszer:

Az előállítási mód hagyományossága

Az adott tájegységhez kötődés

Történetiség min.2 generációs múlt=50 év

Ismertség

Az előállítás és forgalmazás megléte

II. A HÍR Program eredmények

- 2001:** 300 termékleírásból álló gyűjtemény=**HÍR Gyűjtemény**
- 2002:** **HÍR védjegy** bejegyzése
HÍR könyv 1. kiadása
- 2003:** CD (HU) & Könyv 2. kiadás
- 2004:** CD (EN, D and HU)
- 2005:** **HÍR könyv** 3. kiadás
- 2009:** HÍR védjegy pályázat



III. HÍR komplex hasznosítási stratégia

Célkitűzés: A HÍR-es termékeink piacrajutásának elősegítése, versenyképességük fokozása

1. Hasznosítás a közösségi marketing eszközeivel (AMC)

II. Hungarikum Fesztivál, Szeged; II. HÍRes ÍZnapok, Vajdahunyadvár

2. Hasznosítás az oltalmi lehetőségekkel

nemzeti (GHK, HÍR)



EU (OEM, OFJ, HKT)

3. Hasznosítás a vidékfejlesztési programokban

VFC, AVOP, ÚMVP

Jóváhagyta az FVM vezetése 2002. dec.2-án

A HÍR gyűjtemény hasznosításának stratégiai lépései

1. A HÍR-es termékeink ismertségének fokozása a fogyasztók körében - **HÍR termékvédjegy rendszer kiépítése**

2. A HÍR-es termékek közösségi **oltalmi** és **támogatási** lehetőségeinek megismertetése a termelőkkel, előállítókkal

3. A termelői **csoportosulások**, a helyi, térségi szerveződések (klaszterek) létrehozásának ösztönzése és támogatásuk

+ **A hagyományos termékek innovációja** - EU TRUEFOOD project

IV. HÍR védjegy pályázat 2009

- Cél: A HÍR termékek hírnevének fokozása, piacra jutásuk segítése
- Pályázat beadására jogosultak: termelők, előállítók és csoportosulásaik, akik a HÍR gyűjtemény követelményrendszerének megfelelő terméket állítanak elő
- A nyertes pályázók jogosultak a védjegy termékükön való feltüntetésére, az AMC közösségi marketing akcióiban való részvételre
- A HÍR védjegy rendszer nemzeti minőségügyi rendszerként való működtetése



HÍR védjegy - nemzeti minőségi rendszer

- a megkülönböztető minőségi jel hozzájárul a **versenyképesség** növeléséhez
- **minőségi garanciát** nyújt a fogyasztónak a termék hitelességéről
- **jogi védelem** az előállítónak a tisztességtelen piaci versennyel szemben
- a **vidék fenntartható fejlesztésének** hatékony eszköze

2009. november 30-ig beérkezett pályázatok a HÍR védjegy használatára

Néhány példa:

- Aranyfácán sűrített paradicsom
- Univer paprikakrémek (Piros Arany, Erős Pista, Édes Anna)
- Szikvíz
- Kürcsi őskalács
- Penyigei szilvalekvár
- Tepertős pogácsa
- Szolnoki gulyás



<http://www.amc.hu/hu/node/594>

V. Hungarikum esetpélda

Szikvíz



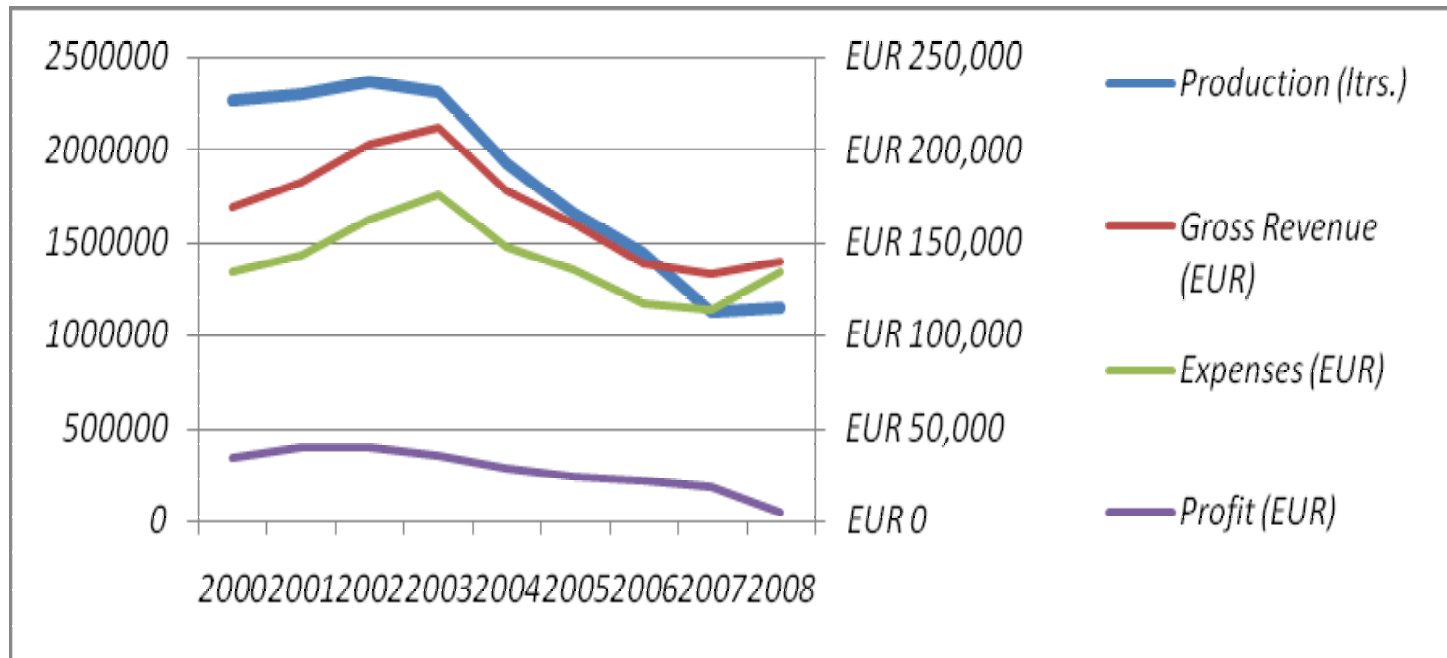
Szikvíz Ipartörténeti Múzeum, Szeged - Bánffi István gyűjteménye

Magyar Országos Szikvízkészítő Ipartestület (MOSZI)



- ❑ 1901-ben alakult
- ❑ Jelenleg 250 tagja van
- ❑ 10 000 alkalmazott
- ❑ 1200 üzem
- ❑ Hagyományos know-how (180 éves)
- ❑ Innovatív termék (szifonfejjel ellátott műanyag palack, szabadalom 1991)
- ❑ Garantáltan Hagyományos és Különleges termék 2004 óta
- ❑ HACCP élelmiszer-biztonsági előírásoknak megfelelés
- ❑ Környezetbarát, újratölthető palack

Szikvíz életciklusa 2000-2008



A termék életciklusa 2004 óta hanyatló fázisban van.

További fontos szakmai rendezvények

- Kecskemét, szept. 3-4. Erdei Ferenc Tud. Konferencia „Globális kihívások-Lokális megoldások” Marketing Szekció
- Keszthely, okt. 1-2. Georgikon Napok „Lokalizáció-megoldás a fenntarthatóságra Marketing Szekció
- FVM, 2009. nov.6. AMC piackutatási konferencia (Dr. Szakály Z. ea.)
- *FVM, dec.10. Terra Madre Világnap SF-HÉ*
- ***Parlament, 2010. jan.23.
Hungarikumok Konferencia II. –
konkrét esetpéldákkal***

A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek jövője

A megközelítés két szintje

<p><u>Helyi szinten</u> Helyi és kollektív kezdeményezések Önkéntesség Saját kezdeményezések</p>	<ul style="list-style-type: none">■ Jó Eljárási Gyakorlat■ Minőségi rendszerek menedzsmentje■ Csoportosulások létrehozása
<p><u>Nemzeti/nemzetközi szinten</u> Jogi és intézményi keretek Hivatalos elismerés</p>	<ul style="list-style-type: none">■ Felmérés, regisztráció, védelem■ Támogató politikák: promóciós. fogyasztói információs stb.

Forrás: www.foodquality-origin.org

CoP guide:

www.foodquality-origin.org/guide/guide.pdf

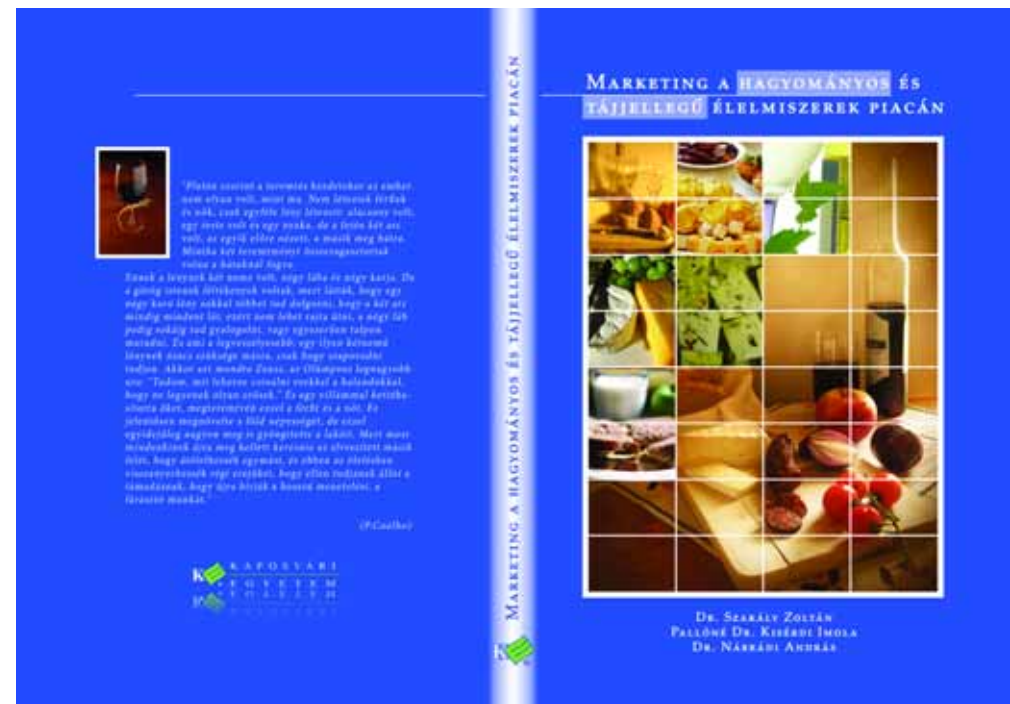
Marketing a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek piacán

A könyv szerzői

- Dr. Berke Szilárd (KE GTK)
- Prof. Dr. Lehota József (SZIE)
- Prof. Dr. Nábrádi András (DE GVK)
- Dr. Nótári Márta (KF KFK)
- Polereczki Zsolt (KE GTK)
- Dr. Popovics Anett (WESSLING)
- Pallóné Dr. Kisérdi Imola (FVM)
- Dr. Szabó Erzsébet (KÉKI)
- Dr. Szakály Zoltán (KE GTK)
- Dr. Sente Viktória (KE GTK)
- Dr. Szigeti Orsolya (KE GTK)
- Dr. Totth Gedeon (BGF, AMC)
- Zobor Enikő (FVM)

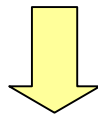
A könyv szerkesztői

- Prof. Dr. Nábrádi András
- Pallóné Dr. Kisérdi Imola
- Dr. Szakály Zoltán főszerk.

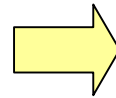


Elmélet és gyakorlat összhangja...

I. Hagyományos és tájjellegű élelmiszerek múltja és jelene



II. Marketingkutatás és fogyasztói magatartás



IV. Esettanulmányok és követésre méltó példák bemutatása



III. Marketingstratégia és marketingmix

A szakkönyv fő fejezetei

- Hagyományos és tájjellegű élelmiszerek marketing tevékenységének alapösszefüggései.

- A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek gazdasági, táplálkozási és egészségügyi jelentősége.

Marketingtervezés támogatása

- A marketingtervezés, m. európai és hazai programok.
- A marketingkutatás sajátosságai, fontosabb kutatások.
- A fogyasztói magatartás befolyásoló tényezői.

KÖSZÖNÖM MEGTISZTELŐ FIGYELMÜKET!

Pallóné Dr. Kisérdi Imola
EOQ MNB

Hagyományos Élelmiszer munkacsoport
vezető

Tel: +36 1 301 4463

E-mail: Imola.Pallone.Kiserdi@fvm.gov.hu