

Az ágazati marketing lehetőségei

„ÉLELMISZERIPARI KÖRKÉP 2016”
MALOM- ÉS SÜTŐIPAR

Végváriné Henter Lilla

2016. június 15-től a 1259/2016. (VI. 6.) kormányhatározattal létrehozott Agrármarketing Centrum Nonprofit Kft. önálló szervezetként látja el a közösségi agrármarketing tevékenységgel kapcsolatos feladatokat.

Közösségi agrármarketing tevékenységen olyan sajátos marketingtevékenységet értünk, amely túllép a vállalatokra jellemző „egyszereplős” marketing munkán és tevékenységi körön, és helyette egy szakágazat, egy termelői csoport vagy egy teljes régió érintettjeivel közösen, azok érdekében és velük szorosan együttműködve - a közösségi és nemzeti értékek által vezérelten - hajtják végre.

Az Agrármarketing Centrum a közösségi marketing és egyéb eszközök felhasználásával megteremti azokat a lehetőségeket (kiállítások, rendezvények, üzletember találkozók, kiadványok, online eszközök stb.), melyekkel a **kkv-k versenyelőnyhöz, piaci pozícióhoz juthatnak, jó hírnevet, ismertséget szerezhetnek hazánkban és külföldön egyaránt.**

Az AMC tevékenységét és céljait nagymértékben meghatározza a **Nemzeti Élelmiszergazdasági Program**, amely 2050-ig mutatja be a magyar mezőgazdaság fő prioritásait.

Melyek ezek?

- Agrárhagyományainkon alapuló minőségi élelmiszertermelés elősegítése
- Helyi termékek előállítása
- GMO mentesség megőrzése
- Agráriumban foglalkoztatottak számának növelése

Hogyan segíti a Nemzeti Élelmiszergazdasági Program céljainak elérését az AMC?

- Célzott szakmai programokkal
- Az ágazat marketing kultúrájának növelésével
- Figyelemfelkeltő, szemléletformáló médiakampányokkal
- Fogyasztásösztönző programokkal

Az ágazati marketing lehetőségei

Stratégiai célok és fő prioritások

Hazai agrárcégek
exportképességének
ösztönzése

Hazai agrárcégek **piacra**
lépésének elősegítése

Hazai termékek
fogyasztásának
elősegítése

Stratégiai irányok és főprioritások

Kül- és belpiaci lehetőségek feltárása, kihasználása	Magyar élelmiszerek ismertségének, megkülönböztethetőségének javítása
Közösségi marketing lehetőségek kihasználása	Fogyasztói bizalom és a fogyasztói tudatosság növelése

Az ágazati marketing lehetőségei

Kiemelt területek

Az agrárium és élelmiszeripar termékeinek és szolgáltatásainak népszerűsítése céljából végzett közösségi marketing kommunikációs és promóciós, szakmai tevékenységek kiemelt területei:

termékpálya kampányok

fejlesztés

integrált marketingkommunikáció

szemléletváltási kampányok

marketing innováció

piackutatás

Az ágazati marketing lehetőségei

Kiemelt termékpályák

Hús

Tej

Zöldség-gyümölcs

Dísznövény

Gabona

Hal

Méz

Pálinka

Bio

Hazai
fogyasztásösztönzés

Export ösztönzés

Védjegy-ismertség

Cél, hogy regionális központként, a nemzeti és nemzetközi piaci igényeknek megfelelő fajták nemesítése, csúcsmínőségű vetőmagok előállítása és forgalmazása a legmagasabb élelmiszerbiztonsági elvárásoknak megfelelően valósuljon meg.

Fókuszpontok

Jó minőségű, egészséges élelmiszerek előállítása

Fogyasztói szemléletformálás és tudatosság növelése

Élelmiszerlánc lerövidítése

Hozzáadott érték növelése

VÉDJEGY

A védjegy kiemelkedő szerepet játszik a marketingben és általában a piaci versenyben, lehetővé teszi a fogyasztó számára, hogy kedvező vásárlási tapasztalat esetén később azt újra megismételhesse. Egy védjegy sikeressége elsősorban a marketing ráfordításon és a fogyasztói ismertségen múlik.

A Pannon Búza Minőség védjegyet a Szellemi Tulajdon Nemzeti Hivatala 2008-ban lajstromozta.



Védjegyjogosultak:

- Gabonatermesztők Országos Szövetsége
- Magyar Gabonafeldolgozók, Takarmánygyártók és Kereskedők Szövetsége
- Vetőmag Szövetség Szakmaközi Szervezet és Terméktanács

A "Pannon búza" terméktanúsítás célja:

Az EU területén forgalomba kerülő malmi búzák között a "Pannon búza" és az abból készült termékek megkülönböztetése a piaci kínálatban. A vevők és a fogyasztók tájékoztatásán keresztül azok ösztönzése a Pannon búza és az abból készült termékek vásárlására, fogyasztására.

Az ágazati marketing lehetőségei

Közösségi marketing eszközök

Közösségi marketing promóciós eszközök

Egységes arculat

Azonosítható üzenet

Célpiac meghatározás

Célzott kommunikáció

Utánkövetés

kiállítások

rendezvények

üzletember találkozók

szemléletformáló kampányok

eladáshelyi kóstoltatások

médiakampányok

online eszközök

kiadványok

ANUGA 2015

A Kölnben két évente megrendezett ANUGA, a **világ vezető élelmiszer- és vendéglátóipari szakvására**. A világos tematika és a felvonultatott áru kínálat átfogó képet ad a globális piacról, bemutatja a világ élelmiszer-gyártóinak teljes spektrumát és a legújabb termékeket.

Az ANUGA jelentőségét mutatja, hogy 2015-ben **108 országból összesen 7063 kiállító** vett részt bruttó 284.000 m² területen. **Magyarország 5 tematikus (Fine Food, Meat, Bread & Bakery, Organic, és Drinks) pavilonban** jelent meg, összesen 231 m²-en 38 kiállítóval.

A **Bread&Bakery pavilonban 33 m²-en 6 kiállítóval** jelentünk meg.



Országos Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Kiállítás és Vásár

Nagyobb terület

Szakmaiság

Sokszínűség megőrzése

Felsőoktatásban tanulók

Kárpát-medence kincsei

www.omek2017.hu

2017. szeptember 20-24.

 **OMÉK 2017**
A magyar föld legjava

OMÉK 2017



ACExpo - Agrobusiness of Central Europe Expo

„Hosted buyer” program

Üzletember találkozók

Konferenciák



Fenntarthatóság, modern technológiai újdonságok és innovációk a mezőgazdaságban

Early Bird kedvezmény 2016. december 31-ig

Szakmai kiállítók

Kistermelők

Konferenciák



Köszönöm a figyelmet!

2016. november 15.