



A Magyar Termék Nonprofit Kft. hírei

Felpörgött a termékinnováció a Gergely Foodnál

Tradíció és reform – mindkettő egyaránt jelen van a száz százalékban magyar tulajdonú Gergely Food Kft. innovatív termékfejlesztéseiben.

Figyelnek a fogyasztói trendekre, ennek alakulását piackutatással is követik – mondta el Gergely Balázs ügyvezető. Tradicionális házi jellegű száraztésztaik teszik ki az értékesítési volumen meghatározó részét, de a reform száraztésztaikra is nyitottak a fogyasztók és a kereskedelmi hálózatok.

Száraztészta-üzletáguk kínálatában három hónapja jelent meg a zabtészta-termékcsalád, augusztusban pedig előállnak a tönkölytészta-termékcsaláddal is, mindkettőt talpas, álló, matt csomagolásban forgalmazzák. Édesipari részlegükben sincs megállás: az egyik jelentős nemzetközi hálózattal közösen fejlesztették ki prémium kakaós ostyáikat, két hónapja indították el a piaci bevezetést. Mindezt jelentős beruházások tették lehetővé. „Versenyképességünk, termelékenységünk, hatékonyságunk stratégiai kérdés, ehhez a folyamatos technológiai korszerűsítés, kapacitásnövelés elengedhe-



Gergely Balázs
ügyvezető
Gergely Food

tetlen.” Az ügyvezető különösen büszke a nápolyik, illetve kakaós ostyák gyártási és csomagolási technológiájára.

Ami pedig a felhasznált alapanyagokat illeti, száraztésztaik minden összetevőjét, valamint a csomagolóanyagokat kizárólag magyar termelőktől és gyártóktól vásárolják.

„Édesipari üzletágunk esetében is a magyar gyártókat preferáljuk, kizárólag hazai cukrászati nagykereskedelmi társaságoktól szerezzük be az alapanyagainkat.”

Idén 26 termékük lett jogosult a Magyar Termék védjegyek használatára.

„Az elhatározás, hogy a tradicionális tojásos és a reform száraztésztaik, valamint a nápolyik és a kakaós ostyák védjegyes termékek legyenek, már régóta érlelődött. Az utolsó impulzus a modernizáció, termékeink csomagolásának megújítása volt. Célunk ezzel is a magyar eredet hangsúlyozása volt. Meghatározó szempont volt az is, hogy magyar családi vállalkozásként egy értékközösséghez tartozunk, és a Magyar Termék Nonprofit Kft. közösségi aktivitásai által is erősíthessük márkáinkat, növelhessük forgalmunkat” – emelte ki Gergely Balázs ügyvezető. //

A **Gergely Food Kft.** 1977 óta foglalkozik élelmiszer-előállítással, 1986 óta pedig száraztészta-gyártással is. Munkavállalói száma 15 fő. Bagi (Pest megye) telephelyén 1800 m²-nyi területen készülnek a termékeik. Az üzem IFS FOOD 7. minőségbiztosítási rendszert működtet, megfelelően a hazai, illetve nemzetközi hálózatok elvárásainak.

Gergely Food Kft. has been making food since 1977 and the first pasta products came out in 1986. They employ 15 people in the 1,800m² factory in Bag (Pest County). The production facility complies with the IFS FOOD 7 production standards.

Product innovation gains momentum at Gergely Food

Traditions and reforms: both of them are characteristic of the product innovation work by 100% Hungarian-owned Gergely Food Kft. The company even does market research to be familiar with the latest consumption trends – informed managing director Balázs Gergely. Classic pasta products realise the majority of Gergely Food's sales. Three months ago they rolled out oat pasta products and August brought the launch of a spelt pasta range. All pasta ingredients and the packaging materials are sourced in Hungary. This year 26 Gergely Food products earned the right to use Hungarian Product trademarks. Being a Hungarian family business, it is very important for Gergely Food to strengthen its brands, increase sales and represent the national values with the help of Hungarian Product Nonprofit Kft. //

Ha augusztus, akkor hazai termékek hónapja

Kilenc hazai gyártó részvételével a Magyar Termék Nonprofit Kft. idén augusztusban is megrendezte a hazai termékek hónapját.

Benedek Eszter ügyvezető tájékoztatása szerint a hazai termékek hónapját minden év augusztusában tartják meg, mivel ekkor van az államalapítás és az új kenyér ünnepe, ilyenkor még hangsúlyosabban kerülhetnek országos reflektorfénybe a hazai értékek. Az akcióban a Magyar Termék védjegyes termékek vehetnek részt.

Haladás Mg. Zrt.; Fino-Food; Gyulahús; Sofidel; Siena – hazai termékei kerülnek fókuszba. Sajtóközlemény, televíziós szpotok, óriásplakátok, fesztiváljelenlét és különböző online aktivitások is támogatták a promóciót.

Benedek Eszter értékelése szerint az elmúlt években folyamatosan erősödött a hazai gyártók és a kereskedelmi társaságok együttműködése. Az ALDI, az Auchan, a CBA, a COOP régiók, a METRO, a Penny, a REÁL, a SPAR, a Tesco, a WOLT üzletláncok és web-

ÜNNEPELJÜK A HAZAIT!



Az idei év legfőbb kommunikációs üzenete, hogy a Magyar Termék védjegyek valódi garanciát jelentenek a hazai eredetre és a megbízhatóságra. Ennek jegyében augusztusban kilenc védjegyhasználó – Abonett; Ceres; Naszálytej; Mészáros Borászat;

shopok a mostani kampányban is szerepet vállalnak: augusztusban saját akciókat folytatnak a hazai termékek népszerűsítésére, például újságjaikban, webshopjaikban kiemelik a Magyar Termék védjegyeit viselő árukat, ajándékaikokat hirdetnek. //

August is the month of Hungarian products

In August nine Hungarian FMCG manufacturers took part in the Hungarian product month programme, which was organised by Hungarian Product Nonprofit Kft. Managing director Eszter Benedek explained that every year the last month of the summer offers a great opportunity to companies to celebrate domestically made products bearing any of the Hungarian Product trademarks. This year the participants are the following: Abonett Kft.; Ceres Zrt.; Naszálytej Zrt.; Mészáros Borászat; Haladás Mg. Zrt.; Fino-Food Kft.; Gyulahús Kft.; Sofidel Hungary Kft. and Siena Magyarország Kft. Various media activities backed the August campaign. //