



2016. március 29.

A MAGYAR TURIZMUS ZRT. KÖZLEMÉNYE

HÚSVÉT UTÁN IS FOLYTATÓDIK A SERTÉSKAMPÁNY

A Földművelésügyi Minisztérium, a Magyar Turizmus Zrt., valamint a Vágóállat és Hús Szakmaközi Szervezet és Terméktanács (VHT) március 23-tól 26-ig tartó termék-kóstoltató kampányban hívta fel a figyelmet a minőségi hazai sertéshúsról.

A húsvéti áruházi kóstoltatást követően is folytatódik a minőségi hazai sertéshús fogyasztását ösztönző kampány. A Kiváló Minőségű Sertéshús (KMS) Védjegyes termékek népszerűsítése a Kormány sertésstratégiájának egyik pillére, melynek célja a hazai sertésállomány megduplázása.

Sikeresen zárult a Földművelésügyi Minisztérium, az MT Zrt. Agrármarketing Vezérigazgatósága és



a VHT által közösen szervezett sertéshúst népszerűsítő kampány. A szervezők a kóstoltatással is azt hangsúlyozták: a sertéshús a magyar gasztronómia egyik tradicionális alapanyaga, melynek konyhai felhasználása igen sokoldalú és egészséges. A kóstoltatási akció Magyarország 60 legnagyobb SPAR és INTERSPAR áruházában történt. Így a 3 nap alatt

sokan kaptak ízelítőt a Kiváló Minőségű Sertéshús Védjeggyel ellátott termékek kínálatából. Megkóstolhatták például a Regnum Húsüzem termékeit a grillpultból, a helyben sült császárszalonnát, az ugyancsak helyben sült oldalast és tarját, de kóstolhattak a Konkoly Kft. húskészítményeiből is, amelyekből a füstölt karaj például nagyon népszerű volt.

Feldman Zsolt, a Földművelésügyi Minisztérium agrárgazdaságért felelős helyettes államtitkára emlékeztetett: a kormány áfacsökkentő intézkedése teljes mértékben megjelent a sertéshús árában. Szólt arról is, hogy míg Spanyolországban az egy főre jutó sertéshús-fogyasztás több mint 60 kg, addig ez Magyarországon 25-29 kg-ot jelent. De bízik benne, hogy ez a szám tovább nő azon intézkedések hatására, melyek keretében a Földművelésügyi Minisztérium a védjegy-tanúsítási rendszer működtetéséhez 150 millió forintot, sertéshús marketing célra pedig 200 millió forintos keretet biztosít 2016-ban.

Horváth Ferenc, a Regnum Húsüzem és Oktatóközpont vezetője elmondta: a kiskereskedelmi láncok közül elsőként a SPAR Magyarország Kft. kapta meg a KMS védjegy használatának jogát. Ez biztosítja a vevőket arról, hogy jó minőségű terméket vásárolnak.

Lipcsey György, az MT Zrt agrármarketing vezérigazgató-helyettese közölte: a három napos akció alatt kb. 80 ezer ember kóstolhatott KMS Védjeggyel ellátott feldolgozott sertéshúst. A nagy sikerre való tekintettel a közeljövőben további fogyasztásösztönző akciókat terveznek, amelyek egymásra épülnek.

Németh Antal, a Vágóállat és Hús Szakmaközi Szervezet és TermékTanács elnöke arról beszélt: a minősítő Védjegy célja az is, hogy a tisztességes versenyfeltételek fenntartása mellett bővítse a hazai piacot és növelje az itthon előállított sertéshús termékek arányát. Az ezzel a jelzéssel ellátott sertéshúsok és sertéshús készítmények megbízható, felelős magyar gazdaságból származnak, előállításukat rendszeres, szigorú és folyamatos ellenőrzés kísérte, útjuk pedig az élőállattól a vásárlásig nyomon követhető. Eddig 180 hazai sertéstartó és feldolgozó üzem, illetve kereskedelmi és vendéglátóipari egység csatlakozott a KMS eredetigazolási programhoz. Ennek köszönhetően évi mintegy 1,3 millió sertésből előállított hús és húskészítmény vált jogosulttá a Védjegy használatára.

(Képünkön balról jobbra: Németh Antal, Feldman Zsolt, Horváth Ferenc és Lipcsey György)

További információk:

Magyar Turizmus Zrt. Társasági Kommunikációs és Protokoll Iroda

Tel.: 488-8748; E-mail: pr@itthon.hu Internet: www.itthon.hu