NEMZETI AGRÁRGAZDASÁGI KAMARA

ÉLELMISZERIPARI IGAZGATÓSÁG

hírlevél

2017. július

NEMZETI AGRÁRGAZDASÁGI KAMARA

TARTALOM

ÉLELMISZERIPARI IGAZGATÓSÁG
Köszöntő

SZABÁLYOZÁS
Gluténmentes élelmiszerek szabályozása
Általános Nyomtatványkitöltő (ÁNYK) program

PIACI KITEKINTÉS
„Mentes" körkép
Hazai „mentes" élelmiszervásárlási szokások
Változó kenyérfogyasztási szokások

MARKETING
Kereskedelmi marketing monitor
Márka és kis üzlet a fiatalok kedvence

KUTATÁS–FEJLESZTÉS–INNOVÁCIÓ
Merre tovább „mentes" trend?
Tej történelem
Kitchen-box

TÁPLÁLKOZÁS AKADÉMIA
Cöliákia és a gluténmentes étrend
Laktózintolerancia
Tojás- és szójaallergia

ESEMÉNYNAPTÁR
Nemzetközi kiállítások és vásárok

TÁJÉKOZTATÓ
Sikeres Élelmiszeripari Konferencia Lajosmizsén
A Snackex kiállításra látogattak tagjaink
Tejipari tagjaink Franciaországban jártak
Ingyenes online szolgáltatások agrár-élelmiszeripari cégeknek
Európai receptgyűjtemény

FELHÍVÁS
Véleményezhető a kürtőskalács termékleírása

Keleti Marcell
élelmiszeripari igazgató

Horváth Vivien
élelmiszeripari ügyintéző

Vadász Sándor
tanácsos

Dr. Szűcs Viktória
vezető élelmiszeripari szakértő

Pető Krisztina
vezető élelmiszeripari szakértő

Varga László
élelmiszeripari szakértő

Pápa Enikő
élelmiszeripari asszisztens

Köbli Brigitta
élelmiszeripari szakértő

Tisztelt Élelmiszeripari Tag, Kedves Olvasó!

Szeretettel köszöntjük Önt a NAK Élelmiszeripari Igazgatóság hírlevele júliusi számának megjelenése alkalmával. A „mentes” élelmiszerek dinamikus terjedésének köszönhetően e havi számunkban kiemelt figyelmet szentelünk a júniusban megrendezésre került „Free From & Functional Food” nemzetközi kiállítás tapasztalatainak bemutatására. A szabályozási területet érintő bejegyzéseink között a gluténmentes élelmiszerek szabályozásáról, valamint a jövedéki ügyek elektronikus ügyintézését segítő nyomtatványok megjelenéséről olvashatnak. Piaci kitekintésünkben a „mentes” élelmiszerek hazai és nemzetközi piacába, valamint a változó kenyérfogyasztási szokásokba nyújtunk betekintést. Marketing cikkeink között megismerhetik a kereskedelmi marketing trendjeit és a fiatalok speciális vásárlási szokásait. A kutatás–fejlesztés–innováció fejezetünkben a „mentes” élelmiszerek trendjébe, valamint a humán tejcukorbontó-képesség kialakulásának történelmébe adunk rövid betekintést. Mindemellett bemutatjuk a nyugati országok egyik leginnovatívabb ételalapanyag házhoz szállító megoldását, a „kitchen-box”-ot. Táplálkozás akadémia rovatunkban a Dietetikusok Országos Szövetségének szakértői segítségével a cöliákiát, a gluténmentes étrendet, a laktózintoleranciát valamint a tojás- és szójaallergiát vesszük górcső alá. Mindemellett számos nemzetközi kiállításon és vásáron való megjelenési lehetőséget ajánlunk. Beszámolunk a NAK Élelmiszeripari Igazgatóságának idei hazai és nemzetközi gyakorlati és kiállítás-látogatási lehetőségeinek eredményeiről, az INNO-4-AGRIFOOD HORIZON2020 pályázat keretében igénybe vehető ingyenes online szolgáltatásokról, valamint a Copa-Cogeca égisze alatt kidolgozott európai receptgyűjteményről. Végezetül felhívjuk figyelmüket a kürtőskalács hagyományos különleges termékké nyilvánításához szükséges termékleírás véleményezésének lehetőségére.

Az Élelmiszeripari Igazgatóság minden kollégájával egyetemben bízunk abban, hogy hasznos és érdekes információkkal segítjük munkáját!

Nemzeti Agrárgazdasági Kamara
Élelmiszeripari Igazgatóság

Gluténmentes élelmiszerek szabályozása

A különleges táplálkozási célra gyártott élelmiszerek esetében fokozott figyelmet kell fordítani a jogszabályi háttér megismerésére, annak szigorú betartására. A gluténérzékenységben, más szóval a lisztérzékenységben szenvedőknek a glutént, vagy ahhoz hasonló szerkezetű fehérjéket tartalmazó búzát, rozst, árpát, (zabot) és ezek keresztezett változatait tartalmazó élelmiszereket, illetve a gluténnal szennyezett élelmiszereket tilos fogyasztani.

A gluténérzékenyeknek szánt élelmiszerek összetételéről és címkézéséről szóló **41/2009/EK rendelet** (2009. január 20.) előírásait 2012. január 1-től kötelező alkalmazni. Azonban az Európai Parlament és a Tanács **609/2013/EU rendelete** a csecsemők és kisgyermekek számára készült, a speciális gyógyászati célra szánt, valamint a testtömeg-szabályozás céljára szolgáló, teljes napi étrendet helyettesítő élelmiszerekről, továbbá a 92/52/EGK tanácsi irányelv, a 96/8/EK, az 1999/21/EK, a 2006/125/EK és a 2006/141/EK bizottsági irányelv, a 2009/39/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv és a 41/2009/EK és a 953/2009/EK bizottsági rendelet hatályon kívül helyezéséről **2016. július 20-tól kötelezően alkalmazandó.**

Ez az új, specifikus csoportoknak szánt élelmiszerekről szóló rendelet **megszünteti a különleges táplálkozási célú élelmiszer fogalmát**, és új keretet hoz létre. A **gluténérzékenyek** számára alkalmas élelmiszerek jelölésének szabályozása a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló **1169/2011/EU** rendelet hatálya alá került, és így már nem tekintendők különleges táplálkozási célú élelmiszereknek. Továbbá a fogyasztóknak az élelmiszerek gluténmentessége vagy csökkentett gluténtartalma tekintetében nyújtott tájékoztatásra vonatkozó követelményekről szóló **828/2014/EU** végrehajtási rendelet **2016. július 20-tól kötelezően alkalmazandó**.

A gluténmentes élelmiszerek szabályozása kapcsán jelentős változás, hogy **2016. július 20-tól megszűnt a „gluténmentes", illetve a „nagyon alacsony glutén tartalmú" élelmiszerek kötelező bejelentési eljárása**. A jövőben az élelmiszergyártók a már korábban megszokott „gluténmentes", illetve a „nagyon alacsony glutén tartalmú" élelmiszer jelölést kiegészíthetik, így a termékek csomagolásán új kifejezések jelenhetnek meg. Továbbá, a gyártóknak és forgalmazóknak nem kell bejelenteniük a hatóság felé, ha gluténérzékenyeknek szánt élelmiszert kívánnak forgalmazni. Ezzel párhuzamosan egy **új szabály is életbe lép a gluténmentességre és a csökkentett gluténtartalomra vonatkozó állításokról**. Az új szabály fenntartja a korábbi szabályozás lényeges elemeit azt néhány ponttal kiegészítve.

A **„gluténmentes"** kijelentés csak abban az esetben használható, ha egy élelmiszer legfeljebb 20 milligramm/kilógramm glutént tartalmaz. Ez a minősítés alkalmazható a természetes módon gluténmentes termékek esetében is.

A **„nagyon alacsony gluténtartalmú"** kijelentés csak abban az esetben használható, ha az élelmiszer legfeljebb 100 milligramm/kilógramm glutént tartalmaz és a termék egy vagy több, búzából, rozsból, árpából, zabból vagy ezek keresztezett változataiból származó összetevőből áll, vagy olyan összetevőt tartalmaz, amelyet különleges eljárással úgy állítottak elő, hogy a gluténtartalmat csökkentsék.

Az élelmiszerrel kapcsolatos tájékoztatást kísérheti a **„gluténérzékenyek is fogyaszthatják"** vagy **„coeliakiában szenvedők is fogyaszthatják"** kijelentések.

Amennyiben az élelmiszert kifejezetten úgy gyártották, hogy az élelmiszer glutént tartalmazó összetevőjének gluténtartalmát csökkentették, vagy a glutént tartalmazó összetevőt más, természetes módon gluténmentes összetevővel helyettesítették, akkor a címkén a **„kifejezetten gluténérzékenyek számára készült”** vagy **„kifejezetten coeliakiában szenvedők számára készült”** kijelentések is feltüntethetők.
A gluténérzékenyek többségének, de nem mindnek az étrendje tartalmazhat zabot, anélkül, hogy ez az egészségükre kedvezőtlen hatást fejtene ki. Komoly **gondot jelent a zab gluténnal való szennyeződése**, ezért a „gluténmentes”, vagy „nagyon alacsony glutén tartalmú” termékekben levő zab gluténtartalmát is szabályozta a jogalkotó (828/2014/EU). A gluténmentesként vagy nagyon alacsony gluténtartalmúként megjelölt élelmiszerekben csak olyan zab használható, amelynek termesztése, előkészítése és/vagy feldolgozása során kifejezetten kerülték a búzával, rozzsal, árpával vagy ezek keresztezett változataival való szennyeződést, és amelynek gluténtartalma legfeljebb 20 milligramm/kilógramm.
Az **előrecsomagolt élelmiszerek címkéjén** kötelező a glutént tartalmazó gabonafélék, azaz a búza, rozs, árpa, zab, tönkölybúza, kamut, illetve hibridizált fajtáik nevét az összetevők felsorolásában olyan szedéssel – például betűtípussal, stílussal vagy háttérszínnel – kiemelni, amely azt egyértelműen elkülöníti a többi összetevőtől.
A nem előrecsomagolt élelmiszerek esetében szintén kötelező a gluténtartalomra vonatkozó tájékoztatást a fogyasztók rendelkezésére bocsájtani valamilyen formában.
További részleteket az OGYÉI oldalán olvashatnak.

Általános Nyomtatványkitöltő (ÁNYK) program

A jövedéki adóról szóló 2016. évi LXVIII. törvény (Jöt.) ügyintézésre vonatkozó általános, 2017. július 1-től hatályos rendelkezése szerint jövedéki ügyeket elektronikusan kell intézni. Előbbiekre tekintettel a NAV 2017. július 1-jétől több új (17 darab), az ÁNYK programmal kitölthető nyomtatványt vezetett be, illetve a jelenleg alkalmazottak közül néhányat módosított (18 darab).
További részleteket a NAV összefoglalójában olvashatnak.

Mentes körkép

Hagyományosan a mentes élelmiszerek közé a glutén-, laktóz- és tejmentes termékek tartoznak, azonban a folyamatosan változó trendeknek köszönhetően a fogalom tartalma egyre bővül (pl. vegán, allergénmentes). A mentes termékek piaca óriási népszerűségét nem csak az arra szorulóknak köszönheti, hanem az elvakult egészségtudatos fogyasztóknak is, akik öngyógyítási céllal (pl. általános közérzet, ekcéma, száraz bőr, fogyás) tiltanak ki bizonyos összetevőket táplálkozásukból.

A mentes élelmiszerek egyik zászlóvivője és egyben legdinamikusabban terjedő termékköre a gluténmentes termékeké. Olaszország a legnagyobb gluténmentes piac (a gluténérzékenyek aránya 1 százalék), amelyet Németország követ (a gluténérzékenyek aránya 0,2 százalék). Svédországban tízből egy fogyasztó kerüli a gluténtartalmú élelmiszereket, Oroszországban pedig 2009 óta megkétszereződött a gluténmentes termékek piaca. Franciaország az „alvó óriás" ahol lassú, de folyamatos növekedés tapasztalható. A gluténmentes termékek 2016-os globális kiskereskedelmi értékesítése 3,5 billió USD volt, amely 2015-höz képest 1,8 billiós növekedés. A gluténmentes termékek piacát legnagyobb mennyiségben és növekedésben (2011-2016) a pékáruk adták. Kisebb részesedéssel, azonban hasonló dinamizmussal nőtt az elmúlt öt évben a készételek, édes kekszek, reggeliző pelyhek és bébiételek eladása. Viszont a következő öt évben minden kategória növekedését jósolja (7 százalék) az **Euromonitor International**. 2016-ban a gluténmentes termékek teljes eladásában az USA, Egyesült Királyság és Olaszország élen járt, viszont az egy főre eső kiadás Finnországban volt a legmagasabb. Az Egyesült Királyságban 2015-ben végzett termékfejlesztések 12 százaléka gluténmentes termékre irányult (2011-ben ez az arány 7 százalék volt). A legnagyobb növekedést az Egyesült Arab Emírségekben, Ausztriában és Franciaországban könyvelheti el a gluténmentes ágazat.

A paleo táplálkozásnak köszönhetően a gluténmentes diéta mellett egyre többen döntenek úgy, hogy száműzik az összes gabonát étrendjükből és **gabonamentes** étrendbe kezdenek.

Addig, amíg az európai lakosság 5-10 százaléka szenved **laktózintoleranciában**, ez az arány az ázsiai országokban elérheti a 90 százalékot is. A középosztály rohamos növekedésének köszönhetően Kína pélául ideális export célpont lehet a laktózmentes termékek esetében. Afrikában a fogyasztók közel 50 százaléka laktózérzékeny, így az észak-afrikai lakosok vándorlásának köszönhetően a laktózmentes termékek iránti igény tovább fog nőni. A laktózmentes termékek piacán az elkövetkező években a hozzáadott érték növelése lesz jellemző (pl. fehérjedús). A laktózmentes termékek 2016-os teljes kiskereskedelmi értékesítése 6,1 billió USD volt. Az egy főre eső kiadás a többi európai országot határozottan maga mögé utasítva tavaly Finnországban volt a legmagasabb.

A cukorbetegségben szenvedők mellett a súlycsökkenésre vágyó fogyasztók népes táborának köszönhetően a **csökkentett cukortartalmú**, valamint a **hozzáadott cukortól mentes élelmiszerek** továbbra is kelendőek. A cukormentes édesítőszerek közül a **stevia** lassan a nagy márkák termékeit is meghódítja, míg – az amúgy E-számmal is rendelkező – **xilit**, **szukralóz** és **szorbit** egyre több élelmiszer összetevői között jelenik meg.

Hazai „mentes” élelmiszervásárlási szokások

A mentes élelmiszerek kiemelkedő köre a **vegetáriánus**, **vegán** termékeké. Németország rendelkezik az EU legnépesebb vegetáriánus (7 millió lakos, 9 százalék) és vegán (900 ezer lakos, 1 százalék) táborával, amelyet szorosan követ Olaszország, ahol a lakosság 10 százaléka (6 millió lakos) vegetáriánus és 1 százaléka vegán (600 ezer lakos). Ennél szerényebb arányokkal rendelkezik Spanyolország (vegetáriánus: 3-6 százalék, 1-2 millió lakos), az Egyesült Királyság (vegetáriánus: 3 százalék, 1,9 millió lakos; vegán: >1 százalék, 542 ezer lakos) és Svédország (vegetáriánus: 6 százalék, 582 ezer lakos; vegán: 4 százalék, 388 ezer lakos). Korcsoportok tekintetében az állati eredetű összetevőket kerülők magasabb arányban fordulnak elő a 16-24 évesek között.
A vegán és az allergén összetevőktől mentes táplálkozás közös nevezői a **tojás-, tej- és húshelyettesítők**, valamint a legnagyobb népszerűségnek örvendő „növényi italok” (2016-os teljes kiskereskedelmi értékesítése meghaladta a 15 milliárd USD-t). Az alternatív italok esetében az egy főre eső kiadás mértéke Kínában (Hong Kong) volt a legmagasabb 2016-ban. Az italok klasszikus alapanyaga a szója, de napjainkban számos alternatívát találunk, mint a kókusz, a mogyoró, a rizs, a zab vagy akár a kender. Megdöbbentő, hogy ezen termékek nagyobb fogyasztói táborral rendelkeznek, mint a laktózmentes készítmények. Például az Egyesült Királyságban – köszönhetően a vegánoknak – négyszer annyi laktózmentes tejtermék (növényi ital) fogy, mint amennyi laktózérzékeny fogyasztó található az országban. A húshelyettesítők piaca eltörpül az alternatív tejitalok mellett, de rohamosan növekszik. Mivel az egészségtudatos fogyasztók egyre nagyobb számban követnek gluténmentes és vegán diétát egyszerre, a tofuból és különböző hüvelyesekből készült húshelyettesítő termékekre jelentős igény mutatkozik.
További feltörekvő csoportként említhető a húsfogyasztást mellőző fogyasztók egyik megengedőbb része, a **flexitáriánok**, akik számára csupán alkalmanként megengedett a hús fogyasztása.

A GfK Étkezési szokások felmérése 1989 óta kíséri figyelemmel a hazai háztartások étkezési szokásainak alakulását Magyarországon. A legutóbbi adatok egyik fő tanulsága az, hogy az árérzékenység, azaz a szűkös anyagi lehetőségek a tudatos táplálkozásra való törekvés ellen hatnak ugyan, az egészségesnek tartott élelmiszerek iránti igény mégis folyamatosan növekszik. A „mentes” élelmiszerek vásárlási gyakorisága azonosítható, azonban legtöbb esetben meglévő betegséghez nem kötött.
„A magyarok ellentmondásosan viszonyulnak az egészségtudatosság kérdéséhez. Az egészséges életmód igénye folyamatosan jelen van ugyan a hétköznapokban, de a tudatos táplálkozásról sokan lemondanak feltehetően vagy azért, mert az anyagi lehetőségeik szűkösek vagy azért, mert a sok egymásnak ellentmondó információt nem tudják, illetve nem akarják értelmezni” – állítja Csillag-Vella Rita, a GfK ügyfélkapcsolati igazgatója.
A GfK Étkezési szokások tanulmányának legutóbbi adatai szerint élelmiszervásárlásnál – ahogy volt ez korábban is – továbbra is az élvezeti szempontok vezérlik a vásárlókat. Tagadhatatlan ugyanakkor, hogy nem az olcsó, hanem a jó ár-érték arányú termékeket keresik a vevők. „A jó minőségre törekvés elsődleges szerepe az egészségtudatosság szempontjából különösen fontos napjainkban, amikor a háztartási kiadások a háztartások költéseinek átlagosan 27 százalékát, azaz közel egyharmadát teszik ki. Ez az arány ráadásul az alacsonyabb jövedelműeknél rendszerint magasabb” – véli Csillag-Vella Rita.

Az élelmiszerek egészségessége iránti igény határozottan megjelenik – főként – az adalékanyagok (mesterséges színezék, ízesítő, tartósítószer) elutasításában. Ezzel egyidejűleg a fogyasztóknak kevésbé számít a zsír- és a szénhidráttartalom, illetve a biominőség mint szempont is egyelőre hátrébb sorolódik. Tekintve, hogy megnőtt a fontossága annak, hogy az élelmiszer hozzájáruljon az egészséges életmódhoz, a vásárlók elvárják, hogy a termék csomagolásáról tájékozódni lehessen a termék összetevőiről, azaz részletes és olvasható legyen a tápanyag összetételi jelölés. Az egészségesség élelmiszervásárláskor elsősorban a nők, a 40 évnél idősebbek, a felsőfokú végzettséggel rendelkezők számára fontos szempont főleg Budapesten, a Nyugat-Dunántúlon és Észak-Magyarországon.

A magyarok kis hányada vallja, hogy egészségesen táplálkozik, a többség „normálisan étkezőnek" tartja magát, vagy pedig „azt eszi, ami ízlik neki". Mindazonáltal elmondható, hogy az egészségesnek számító termékkategóriák fogyasztása növekszik – azon kategóriákban figyelhető meg a fogyasztási gyakoriság és kedveltség egyidejű növekedése, amelyek egészségesnek mondhatók (szárnyas hús, rizs, barna kenyér, ásványvíz).

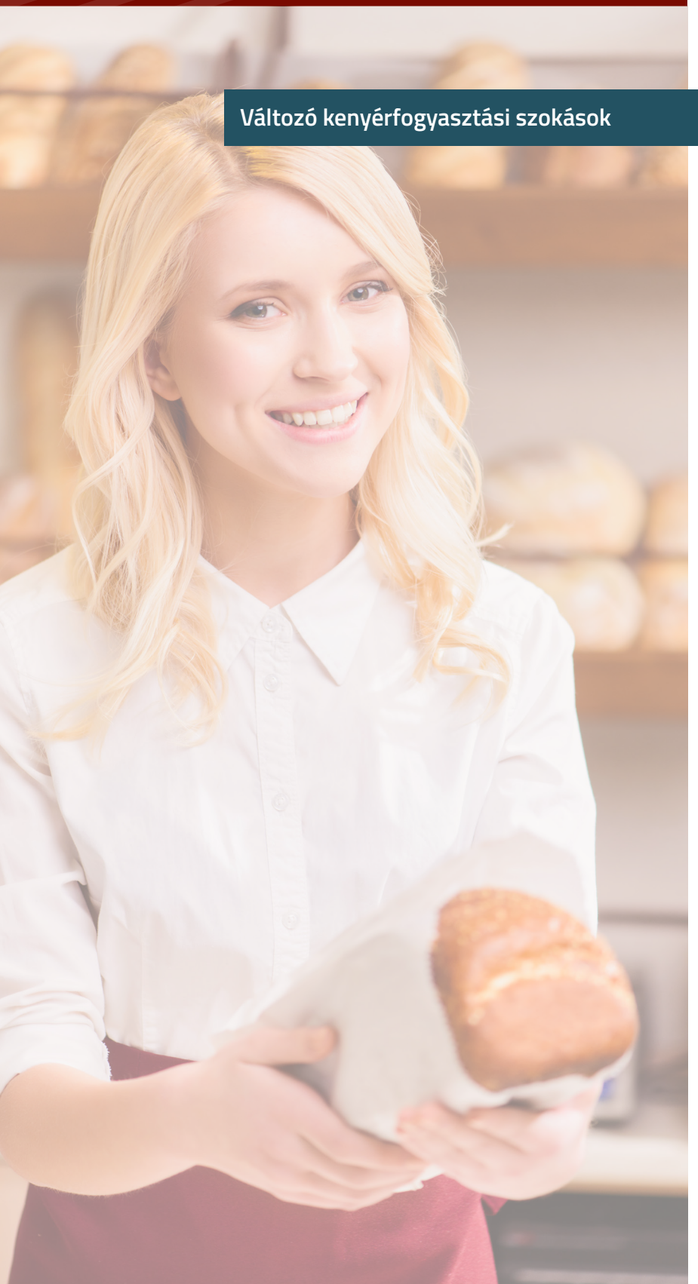
Az elmúlt néhány évben gyakorlatilag minden nagyobb élelmiszerlánc polcain megjelentek – a cukormentes (diétás) termékeken túl – a laktóz-, illetve gluténmentes élelmiszerek. Kérdés persze, hogy a kereslet teremtett kínálatot, vagy éppen fordítva, a kínálat teremtette meg a maga keresletét. Az látható a vásárlási adatokból, hogy a **cukormentes életre való törekvés általánosan jelen van a vásárlási szokásokban:** az elmúlt 12 hónapban a háztartások 94 százaléka vásárolt legalább egy alkalommal diétás terméket annak ellenére, hogy a diabétesz – saját bevallásuk szerint – a háztartásoknak a 16 százalékában fordul elő.

A GfK adatai szerint a 2016-ban laktózmentes terméket vásárlók 86 százaléka – azaz tízből mintegy kilencen – a laktóz intolerancia által nem érintett. Habár a háztartások mindössze 7,4 százaléka jelezte, hogy problémái vannak a laktóz emésztésével, az elmúlt tizenkét hónapban minden második háztartás (51,7 százalék) vásárolt legalább egyszer laktózmentes tejet, sajtot, joghurtot, tejdesszertet, ízesített tejitalt, jégkrémet, tejfölt, tejszínt, vajat vagy tejes snackeket (tejszeletet, túró rudit).

Gluténmentes terméket a háztartások 22 százaléka vásárolta az elmúlt tizenkét hónapban annak ellenére, hogy mindösszesen a háztartások 2,5 százaléka tett említést valamely családtagja gluténérzékenységéről. Elmondható, hogy tízből kilenc gluténmentes termékeket vásárló háztartásnak nincs ilyen jellegű érintettsége.

Összefoglalva az adatokat megállapítható, hogy a **hazai vásárlók nagy aránya valódi érintettség nélkül fordult a mentes élelmiszerek vásárlása felé**. Ezt támasztja alá az a tény is, hogy a háztartások 22 százaléka havonta 1000 forintnál kevesebbet, míg csupán 19 százalék költ havonta 5000 forintnál nagyobb összeget laktóz-/gluténmentes termékekre. Az alacsony havi költési szint nem másra, mint a "mentes" élelmiszerek beszerzésének alkalmi jellegére enged következtetni. A mentes termékeket vásárlók fele (54 százalék) saját részre vesz ilyen élelmiszereket, kétharmaduk (63 százalék) vásárolt már más családtag részére, és a válaszadók 13 százaléka vallotta azt, hogy egyéb, nem a háztartásba tartozó személy számára vásárolt ilyen terméket. **Az ételintoleranciával együtt élők számára fejlesztett élelmiszerekről való tájékozódás elsődleges helye maga az üzlet, mindazonáltal az információ fontos fóruma az internet és a véleményt formáló család, valamint barátok.**

Forrás: GfK



Változó kenyérfogyasztási szokások

Az elmúlt bő 15 évben jelentősen megváltoztak a hazai kenyérfogyasztási trendek. Míg az ezredforduló környékén főleg a fehér gabonaféléket ettük, addig mostanában egyre inkább a barna, illetve a teljes kiőrlésű termékeket keresik a boltokban az emberek. A GfK piackutató tavalyi kimutatása arra világított rá, hogy a fehér kenyeret naponta vagy hetente többször fogyasztók aránya a 2007. évi 76 százalékról közel tíz év alatt 61 százalékra csökkent, miközben a barna kenyeret előnyben részesítők köre 34 százalékról 50 százalékra bővült.

A Központi Statisztikai Hivatal idei friss jelentése szerint mindez azzal is járt, hogy **ma már jóval kevesebb kenyeret vásárolunk**. 2002-ben közel 63 kilogramm volt az egy főre jutó éves mennyiség. Napjainkban ez már csak 37 kilogramm. Uniós felmérések alapján ezzel az eredménnyel jócskán lemaradunk a németek, és az osztrákok mögött, ahol a fejenkénti adag 80 kilogramm, de még a spanyolok, olaszok is több kenyeret esznek nálunk. Utóbbiaknál 60 kilogrammot mutat a személyenkénti számláló. Az európai átlag 50 kilogramm, ami azt jelenti az öreg kontinens lakói napi 3-4 szelet (jórészt fehér) kenyérrel teszik teljesebbé a napi étkezéseiket.

Forrás: Marketinginfo

Kereskedelmi marketing monitor

Ahogyan digitalizálódik a kereskedelmi marketing, a vállalatok úgy képesek a fogyasztókat egyre célzottabban megszólítani. Mindennapi leckéjük, hogy a változó körülmények között növeljék marketing kommunikációjuk hatékonyságát.

A kölni székhelyű Európai Kereskedelmi Intézet (EKI) új, „Kereskedelmi marketing monitor 2015-2018” című kutatása során feltárta, hogy a terület három legfontosabb feladata a következő években: **kialakítani a közösségi média-marketinget, céltudatosan használni a kereső programokat és kiépíteni a saját weboldalt**. A kutatás alapján a marketing kommunikáció analóg, régi világát „holttá nyilvánít-hatjuk”, viszont rakéta sebességűnek nevezi az új, digitális világ térhódítását. Forradalmi változásokat idéz elő a fogyasztók szokásaiban a digitális innovációk spirálja. Ami a kommunikáció ma is érvényes játékszabályait illeti, olyan gyorsan változnak, hogy maholnap teljesen megújulnak. Magyar szemmel hozzátehetjük: ami érvényes trend Németországban, azt valamilyen mértékben nálunk is érzékeljük.

Megkérdezték ötvenöt német kereskedelmi vállalat marketing vezetőjét arról, hogy a digitális eszközök használatával a marketingben hol tart a cégük. Túlnyomó részüknél még csak az út felénél is kisebb részét tették meg. Főleg a nagy konszernek válaszadói közölték önkritikusan, hogy általában saját céljaikat sem érték el eddig. Érdekes módon a kis és közepes cégek előbbre tartanak a digitális fejlesztésekkel. Kevésbé komplex vállalati struktúrájuknak és abból eredő rugalmasságuknak köszönhetően gyorsan haladnak. Ők diktálják a tempót a kereskedelmi ágazat digitális átalakulásában. **A digitalizálódás fő célja, a vevők célzottabb megszólítása mindenhol.** Utána következik a marketing kommunikáció hatékonyságának növelése, a harmadik pedig a vevőkapcsolatok javítása.

Miközben a technológia leköti a kínálati oldal szereplőinek figyelmét, az EKI tanulmánya hangsúlyozza, hogy a kereskedők nem tévesz-thetik szem elől a következő három tényezőt: elsősorban magát a vevőt, az ő változó fogyasztási szokásaival és igényeivel; másodsorban a gazdaságot, bármennyire is hajtja a marketing a digitális fejlesztéseket; harmadsorban pedig a változások folyamatát, ami új struktúrákat, kompetenciákat igényel valamint a kiváló végrehajtás mellett egyre nagyobb szakértelmet azok elemzéshez.

Egy átlagos német fogyasztóról elmondható, hogy naponta százötvenszer nézi meg mobiltelefonját. Tíz okostelefon tulajdonosból kilencen használják készüléküket arra, hogy boltokról és választékukról tájékozódjanak. De a 30 évesnél idősebbek közül tízből heten azt mondják, hogy legfontosabb információforrásuk a kereskedelem akcióiról, promócióiról még mindig vagy újság, vagy pedig újságban található reklám melléklet. Vagyis a fogyasztók véleményüket nem első sorban klasszikus médiumok és intézményes információforrások alapján alakítják ki, hanem **választanak a tájékozódási lehetőségek széles kínálatából**.

Az EKI a 2018-ig várható kereskedelmi marketing trendek közül kiemeli a többcsatornás médiamix jelentőségét, a nyomtatott sajtó részesedésének csökkenését, a szórólapok kiváló megtérülési rátáját (33 százalék), amelyet az online marketing (14 százalék), az eladás-helyi marketing (13 százalék), a direktmarketing (12 százalék), a céges újságok (9 százalék), valamint a televízió, a rádió és a plakát követ.

Minél nagyobb egy vállalat, annál kisebb a forgalmon belül a reklámozás részaránya, és azon belül egyre nagyobb a szórólapoké. Kisebb cégeknél viszont bevételükhöz képest jóval nagyobb a reklámbüdzsé részaránya, ugyanakkor kisebb a szórólapoké.

További részleteket az élelmiszeronline oldalán olvashatnak.

Márka és kis üzlet a fiatalok kedvence

A fiatal vásárlóknak köszönhetően a kényelmi (convenience) üzletek jelentősége egyre nő.
Az IGD piackutató vállalat kutatása szerint az Egyesült Királyságban működő convenience csatorna a következő öt évben 18 százalékkal fog növekedni. A felmérés szerint öt vásárlóból három (57 százalék) úgy nyilatkozott, hogy előszeretettel választja a kényelmi boltokat, mivel azok a közelben vannak és gyorsabban be tudnak ott vásárolni. Emellett a millenáris generáció több mint fele (18-25 évesek), míg a 25 évesek 40 százaléka azt állítja, hogy szívesebben vásárol kényelmi üzletekben, még akkor is ha az némi plusz költséggel jár – mivel időt takarít meg.
Az Egyesült Királyság trendjei jól mutatják a nemzetközi trendeket is. **A három leginkább növekvő kiskereskedelmi szegmens a diszkontoké, az online és a kényelmi üzleteké.** Ennek egyik oka, hogy a vásárlók számára egyre fontosabb az időmegtakarítás, ebben pedig a kisebb alapterülettel és kínálattal rendelkező boltok segítenek nekik. A millenárisok és az utánuk következő generáció pedig már csak azért is jobban kedveli ezeket a műfajokat mivel kevesebbet vásárolnak, de azt gyakrabban.
A kényelem mellett a tinédzsereknek és a húszasoknak a márka szintén kiemelt fontossággal bír. A kutatás szerint a kényelmi üzletek jóval többet fektetnek márkázott termékekbe, amit a fiatalok többsége el is vár. A millenáris vásárlók 46 százaléka nyilatkozott úgy, hogy hűséges a jól ismert háztartási márkákhoz és azok jó minőségéhez, valamint ötből ketten (39 százalék) nyilatkoztak úgy, hogy a márka neve a legfőbb jelzője a termék minőségének. Annak érdekében, hogy a márkázott és saját márkás termékek arányának jó kombinációját kínálják a gyártóknak és a kiskereskedőknek együtt kell működniük.
Forrás: Termékmix

Merre tovább „mentes” trend?

A mentes (glutén-, laktóz-, cukor-, mesterséges összetevőktől mentes, alternatív tejitalok) és vegán élelmiszerek terjedése mellett a következő hullám – köszönhetően a nagyszámú irritábilis bélszindrómában (IBS) szenvedő fogyasztók számának – várhatóan a FODMAP **(Fermentábilis Oligoszacharidok, Diszacharidok, Monoszacharidok és Poliszacharidok) élelmiszerek dinamikus terjedésében várható**. A diéta lényege, hogy a magas FODMAP-értékkel rendelkező élelmiszerek (pl. tej, búza, bizonyos hüvelyesek, zöldségek, gyümölcsök) fogyasztását kerülni kell, mivel ezek szénhidráttartalma a nem megfelelő felszívódás következtében a vékonybélben gázképződést okoz. A diéta szerves eleme a glutén-, laktóz- és mesterséges édesítőszer-mentes élelmiszerek fogyasztása.

A gluténmentes élelmiszerek kifejlesztése során folyamatos kihívást jelent az értékes tápanyagokat és technológiai tulajdonságokat biztosító alapanyagok, valamint azok érzékszervileg is elfogadható termékeket eredményező arányának megtalálása. Ezen feladathoz kiváló lehetőséget nyújtanak a **„szupergabonák”** mint a glutén- és búzamentesnek számító teff, köles, hajdina, cirok, rizs és polenta, a magas rosttartalmú és gluténmentes zab (avenint, glutén-szerű fehérjét tartalmaz), a magas fehérje-tartalmú és gluténmentes amaránt és quinoa, valamint a glutén-tartalmú gabonamentes árpa és kamut. További **őrlemények adagolása** lehetőséget ad a termékek minőségének és emészthetőségének fokozására. Izmiri kutatók például akár 25 százalékban is javasolják a **pörkölt csicseriborsó liszt** alkalmazását kenyérhez, míg egy malajziai kutatás szintén 25 százalékos **tökmag liszt** felhasználását ajánlja gluténmentes tésztákhoz. A csicseriborsó (20 gramm/100 gramm) egyéb hüvelyesek lisztjének keverésével (sárgaborsó: 10 gramm/100 gramm és lencse: 30 gramm/100 gramm) kiváló érzékszervi és főzési tulajdonságokkal rendelkező rizs tészta készítésére is alkalmas. A felhasználható lisztek sokszínűségét mutatja, hogy brazil kutatók például alacsony zsírtartalmú **zöld banán lisztből** készítettek tésztát.

A gluténmentes élelmiszerek tápanyagtartalma jelentősen elmarad a nem mentes termékekétől, így annak pótlása külön feladatot ró a termékfejlesztőkre. Egyik legjelentősebb feladat a rosttartalom növelése, amelyre kiváló alapanyagot biztosítanak a **növényi élelmiszerek előállításának melléktermékei** (pl. burgonyahéj, almahéj, narancs törköly), valamint a **különleges alapanyagok** (chia mag, quinoa). Olasz kutatók például kenyerekhez 20 százalékos gesztenye liszt felhasználását javasolják. A sassari egyetem kutatóinak munkája alapján a **virágpor** egy ígéretes összetevő lehet a kenyerek beltartalmi értékének növeléséhez. A fehérjetartalom növelésére tésztatermékek esetében például ideális megoldás lehet a **tojás** albumin (9 százalék) adagolása, valamint a kókusz liszt felhasználása.

Tej történelem

Ma már közismert tény, hogy a tejfogyasztás a tejcukorbontó képesség hiányában kellemetlen tüneteket (felfúvódást, hasi görcsöket, hasmenést) okoz. A genetikusok szerint egykor minden ember laktózérzékeny volt, a kérdés, hogy az emberek tápcsatornája többségében miért is képes ma különösebb nehézség nélkül feldolgozni a nyers tejet. A választ megtudhatjuk az Élelmiszervizsgálati közlemények legújabb számából.

A mai Törökország észak-nyugati részén, már 8500 évvel ezelőtt mindennapos volt a tejfogyasztás. A Közel-Keleten háziasított szarvasmarha az első mezőgazdálkodó népcsoportokkal került be Európába. A régészek tejzsír-maradványokat tartalmazó kb. 7500 (±400) éves kerámiaedény darabokat Békés megye és a mai Románia területén is találtak. A tejtermelő gazdálkodás bevezetése azért tekinthető hatalmas újításnak, mert az értékes állatállomány leölése nélkül, fenntartható módon szolgáltatott élelmet elődeinknek. Az évszaktól függetlenül rendelkezésre álló tej biztos táplálékforrást jelentett a tejcukrot emészteni képes egyének számára.

Nem véletlen, hogy észak felé haladva egyre nőtt a tej szerepe az éhínség elleni védekezésben. A tejcukrot (laktózt) bontó laktáz enzim hiányában azonban az emberek nem tudták kellemetlen következmények nélkül elfogyasztani a tejet. Hamarosan rájöttek, hogy ebből a problémákat okozó, ámde értékes alapanyagból erjesztéses eljárással könnyebben emészthető élelmiszereket (sajtot, joghurtot, vajat és egyéb, csökkentett laktóztartalmú tejtermékeket) lehet előállítani, amelyek ráadásul jobban tárolhatóak és szállíthatók, mint a romlékony tej. **A tejtermelés és a tejfeldolgozás gyakorlata tehát még akkor alakult ki, amikor a felnőttkori tejcukorbontó képesség, az ún. laktázperzisztencia előfordulási gyakorisága elenyésző (gyakorlatilag nulla) volt.**

A laktázperzisztencia biológiai evolúciója, a tejtermelés, illetve a tejfeldolgozás kulturális evolúciója évezredeken keresztül egymással szoros kölcsönhatásban zajlott, ugyanis a laktózbontó képesség csak akkor jelentett szelekciós előnyt, ha a friss tej állandóan rendelkezésre állt, a másik oldalról pedig a laktázperzisztens egyének tejgazdálkodásból sokkal nagyobb hasznot húztak, mint a laktózintoleránsok.

A tej jelentősége tehát jóval nagyobb annál, mint amit a táplálkozásban jelenleg betöltött szerepéből gondolnánk, mert a tejtermelés és a tejfogyasztás óriási szerepet játszott az elmúlt 5-10 ezer év során az európai népek evolúciójában, genetikai összetételük alakulásában.

További részleteket a Laboratorium.hu oldalán olvashatnak.

Kitchen-box

A folyamatos időhiánnyal küzdő egészséges, friss ételekre vágyó fogyasztók igényei hívták életre a „kitchen-box" szolgáltatást. A kiválasztott ételek az élelmiszerpazarlás elkerülése végett a megadott mennyiséghez kiporciózva kerülnek házhozszállításra. A friss alapanyagok mellett a csomag tartalma egy készétel fotójával ellátott részletes elkészítési javaslat is. A különleges igényekkel (pl. gluténmentes, laktózmentes, vegán) rendelkező fogyasztók számára minden élelmiszernél egyértelműen feltüntetésre kerül az összes szükséges információ. A fenntarthatóság szem előtt tartása mellett a felhasznált csomagolóanyagok teljes mértékben újrahasznosíthatók. A Marley Spoon és a Hello Fresh internetes cégek segítségével számos európai országban igénybe vehető már a „kitchen-box" szolgáltatás.

Cöliákia és a gluténmentes étrend

A magyar táplálkozásban alapélelmiszerként elfogadott gabonafélék több betegség kiváltásában is szerepet játszanak. Az egyik legismertebb a cöliákia, de ezen kívül allergiát is okozhatnak, valamint egyéb gyomor-bélrendszeri megbetegedésekben is lehetnek tünetprovokálók. **A cöliákia olyan autoimmun betegség, amely genetikai alapon, környezeti provokációra alakul ki, és a vékonybél bolyhainak pusztulásával, valamint számos gyomor-bélrendszeren kívüli tünettel, társbetegségekkel jár.** A megbetegedés nem gyógyítható, élethosszig fennálló, azonban a kórfolyamatot kiváltó tényező ismeretében tökéletesen kezelhető. A cöliákia az egyetlen az autoimmun megbetegedések közül, amelynek a kiváltó ágensét, azaz a glutént megtalálta az orvostudomány. A gabonafélékben található fehérje, a glutén, pontosabban annak egyik komponense a gliadin, indítja el az autoimmun folyamatot, így logikus, hogy ha a kulcságenst kizárjuk az étrendből, akkor a kóros folyamat leáll és a bélrendszer regenerálódik, valamint a tünetek megszűnnek. A cöliákia előfordulásának gyakorisága tág határok között mozog, a diagnosztizált esetek száma Nyugat-Európában és Észak-Amerikában 0,5-1 százalékra tehető. Típusos tünetei a krónikus hasmenés, nagy tömegű, világos, bűzös, zsírfényű széklet, a puffadt, vékonyfalu has (pókhas), étvágytalanság, fogyás, gyermekeknél hossz- és súlynövekedésben való elmaradás. A gyomor-bélrendszeren kívüli megjelenés az állandó fáradtság, bőrtünetek, neurológiai tünetek, a mikro- és makro tápanyaghiány tünetei. Társuló betegségei egyéb autoimmun kórképek, mint például az 1-es típusú cukorbetegség.
A glutén a búza fehérjéinek egyik frakciója, amelynek alkoholban oldható összetevői, a gliadinok váltják ki a reakciót. A gliadinok kedvezőtlen élettani hatása jól ismert, azonban nehéz mindennek hátterét feltérképezni. A kimutathatóságuk sem egyszerű, hiszen több módszer létezik, valamint az élelmiszerek is különböző összetételű mátrixok, amelyek szintén nehezítik a kimutathatóságot.
További részleteket az MDOSZ oldalán olvashatnak.

Laktózintolerancia

A tejcukor (laktóz) két egyszerű cukorból (glükózból és a galaktózból) felépülő szénhidrát. A táplálékkal elfogyasztott laktóz emésztése fiziológiásan a vékonybélben történik, ahol a laktáz enzim (egy béta-galaktozidáz enzim) egyszerű cukrokká bontja, amelyek így már fel tudnak szívódni. A glükóz elsősorban energiaforrásként szolgál a szervezet számára, míg a galaktóz a glikolipidek és glikoproteinek szintézisében hasznosul. Egy átlagos európai étrendben a szénhidrát bevitel körülbelül 5 százaléka tejcukor. Természetes formában a laktózt a tej tartalmazza. A tejtermékek előállítása során tejcukortartalmuk csökken. A tejcukrot adalékanyagként a sütő-, édesipari, húsipari termékek, kész- és félkész ételek is tartalmazhatják. A tejcukrot nemcsak önmagában használják fel az iparban, hanem más készítmény összetevőjeként felhasznált, tejből előállított termékek is tartalmazhatják, mint például a tejpor, savópor, savó, Citopánpor, de megtalálhatjuk a tejsavó alapú édesítőszerben is (Laktit-E966). A tejcukrot azonban nemcsak az élelmiszergyártás során alkalmazzák, hanem a gyógyszeripar is tablettázó anyagként gyógyszerek, homeopátiás készítmények, továbbá az étrend-kiegészítők előállítása során.

Abban az esetben, ha a laktáz enzim hiánya vagy csökkent termelődése áll fenn, a tejcukor bontatlanul halad tovább a bélrendszerben, és a vastagbélben lévő normál bélflórát alkotó bélbaktériumok bontják el végül rövid szénláncú zsírsavakká és gázokká (szén-dioxid, hidrogén, metán, kénhidrogén). A laktózintolerancia nem is igazán érzékenység, inkább a tejcukor emésztésének zavara. Jellemző tünetei is a nem megfelelő emésztésből származó melléktermékek, valamint a nagy ozmolalitású tejcukor vízmegkötésének következményei. Tünetei tehát a puffadás, görcsös hasi fájdalom és a bűzös szelesedés, hasmenés. Ezek a tünetek tulajdonképpen általánosak, és nem specifikusak a betegségre.
További részleteket az MDOSZ oldalán olvashatnak.

Tojás- és szójaallergia

Ha globálisan tekintünk a táplálékallergiák előfordulására, akkor szerte a világban ugyanaz a 2-3 táplálék számít a leggyakoribb allergénnek, azonban ha a helyi jellegzetes allergéneket keressük, akkor azokat már befolyásolja az adott népcsoport tradicionális táplálkozása. **A tojás és a szója mind gyermek, mind felnőttkorban a vezető, gyakori reakciót okozó allergének között szerepel Európában, mert míg az első tradicionálisan lényeges alapanyaga a táplálkozásunknak, addig a második a ’80-as évektől vált azzá.** Az akkori neoallergén (újnak számító allergiát okozó táplálék) mára már beépült az európai táplálkozásba. Ráadásul a táplálkozás is globalizálódik, így olyan alapanyagok és technológiák is teret hódítanak, amelyek csak távol-keleti népcsoportok konyhájára voltak jellemzők korábban. Ahogy beépül egy új táplálék a táplálkozásunkba, úgy jelenhet meg potenciális allergénként is. A táplálékallergia előfordulását csak tág intervallumok között tudják a kutatók meghatározni, hiszen az allergia diagnosztizálására több lehetőség is elérhető, de ezek hitelessége, érzékenysége eltérő. A táplálékallergia igazolásának „arany-standardja” a táplálékprovokáció (nyílt vagy vak), amellyel kimutatott **szójaallergiások száma a teljes populációban (minden életkort figyelembe véve) 1 százalék körüli. A zöldségekre (beleértve a hüvelyeseket) adott allergiás reakciók előfordulása mintegy 1,4 százalék a teljes populációban. A tojásallergia gyermekkorban a 2. leggyakoribb tünetokozó, előfordulása 1-2 százalék az európai gyermekek körében. A tojás- és szójaallergia jellemzően kinőhető iskoláskorra.** A szójaallergiások 69 százalékánál, a tojásallergiások mintegy felénél 10 éves korra teljesen megszűnik az allergia.
A táplálékallergének általában fehérje természetű anyagok. A tyúktojás (Gallus domesticus tojása) legjellemzőbb allergénjei az ovalbumin, az ovomucoid, az ovomucin, az ovotranszferrin, és a lysozime fehérjekomponensek. A tojás két alkotórésze közül a tojásfehérje erősebb allergiát kiváltó képességgel rendelkezik, mint a tojássárgája. Ez főleg magasabb ovoalbumin tartalmának köszönhető. **A szója (Gycine max) allergénjei közül a leginkább reakciót kiváltók a Gly m 1 jelzésű proteinek (alfa- és béta-conglycinin), illetve a szójababban található tripszin inhibitor. Mindkét táplálék allergénfehérjéi hőstabilak, így hőkezeléssel nem csökkenthető az allergén tulajdonságuk, azonban a szója allergén esetén bő negyedórás főzéssel jelentős mértékben igen.**
További részleteket az MDOSZ oldalán olvashatnak.

2017. november 1-3.
Almati, Kazahsztán — WorldFood
Nemzetközi élelmiszeripari kiállítás.

2017. november 8-10.
Novoszibirszk, Oroszország — InterFood Siberia
Nemzetközi élelmiszeripari kiállítás.

2017. november 8-11.
Szófia, Bulgária — Bulpek
Sütőipari kiállítás.

2017. november 8-11.
Szófia, Bulgária — World of Milk
Tejipari kiállítás.

2017. november 8-11.
Szófia, Bulgária — Meatmánia
Húsipari kiállítás.

2017. november 8-11.
Szófia, Bulgária — Interfood & Drink
Italipari kiállítás.

2017. november 9-11.
Noida, India — BioFach India
Nemzetközi bioélelmiszer kiállítás, amelyen több mint 170 kiállító fog bemutatkozni.

2017. november 9-12.
Szöul, Kína — Seoul Cafe Show
Nemzetközi kávé show, amelyen 16 ezer látogató előtt
40 ország több mint 600 kiállítója fog bemutatkozni.

2017. november 10-12.
Kanton, Kína — Intertastes China
Nemzetközi élelmiszeripari kiállítás.

2017. november 12-15.
Dzsidda, Szaúd-Arábia — Foodex Saudi
Szaúd-Arábia legjelentősebb nemzetközi élelmiszeripari kiállítása.

2017. november 14-16.
Sanghaj, Kína — FHC China
Nemzetközi élelmiszeripari kiállítás, amelyen 73 ezer látogató előtt 66 ország több mint 2300 kiállítója fog bemutatkozni.

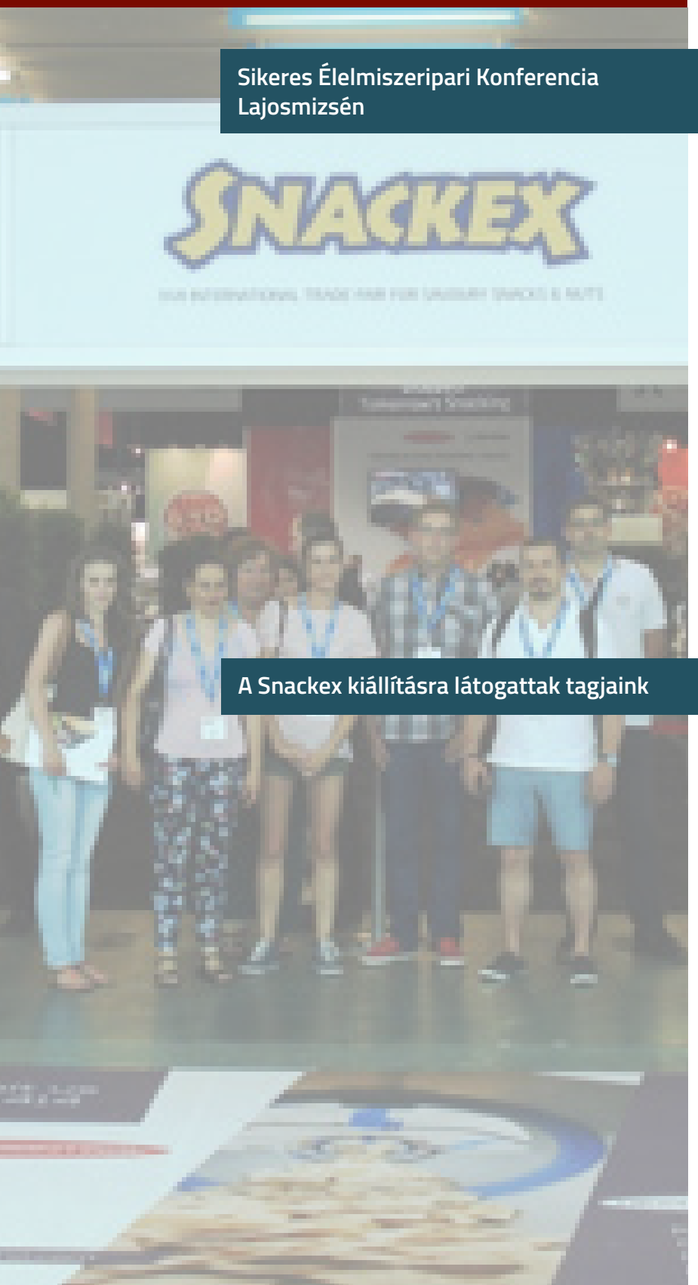
2017. november 16-18.
Mumbai, India — World Tea & Coffee Expo
Nemzetközi tea és kávé vásár.

2017. november 17-19.
Peking, Kína — CIOGE
Nemzetközi bioélelmiszer kiállítás, amelyen 60 ezer látogató előtt több mint 800 kiállító fog bemutatkozni.

2017. november 20-22.
Tbiliszi, Grúzia — AGRO FOOD DRINK TECH EXPO
Nemzetközi élelmiszeripari kiállítás.

2017. november 23-26.
Kvangdzsu, Dél-Korea — Gwanjgju Food
Nemzetközi élelmiszeripari kiállítás.

2017. nov. 30-dec. 2.
Hongkong, Kína — IBE
Nemzetközi sütő-, tészta-, fagylalt és kávéipari kiállítás.



A Snackex kiállításra látogattak tagjaink

Sikeres Élelmiszeripari Konferencia Lajosmizsén

A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara Élelmiszeripari Igazgatósága szakmai rendezvényt tartott június 21-én, amelynek fő célja olyan gyakorlati tudásanyag átadása volt, amely hozzájárul az élelmiszer-feldolgozó tevékenységet folytatók versenyképességének javításához, erőforrás-hatékonyságuk növeléséhez, minőségi rendszerekhez és tanúsítási rendszerekhez való csatlakozásukhoz, együttműködési készségük javításához, valamint fenntarthatóságot szolgáló szemléletük formálásához. A szakmai napon szinte egyedülálló módon a rövid elméleti beszámolókat követően a gyakorlati, hazai megvalósult példák, jó gyakorlatok bemutatására került sor. Előadóink olyan újszerű és korszerű megoldásokat mutattak be különböző témákat és területeket érintve, amelyek a mai jogszabályi követelményrendszerhez igazodva segítik elő a vállalatok versenyképességének növelését.
Az előadások során betekintést kaphattunk a különböző hőszivattyús és kombinált megújuló-energia alapú megoldásokba, melyek reális beruházási költségekkel, rövid megtérülési idővel hozzájárulhatnak a rezsi és a környezetterhelés csökkentéséhez. Több nagyvállalat is hangsúlyozta, hogy ma már elengedhetetlen a terméktervezés mellett a fenntarthatóság kérdésével is foglalkozni. Megtudtuk, hogy egy jó marketinges mindezek mellett a stratégiákra figyelemmel és a társosztályokkal együttműködve alakítja ki azt az üzenetet a csomagoláson keresztül, ami nem csak egy terméket ad a fogyasztónak, de tartalmazza a vállalat minden eszméjét.
Az előadásokat követően a szakmai nap egy áruházlánci kerekasztal-beszélgetéssel zárult, amely a kis- és közepes vállalkozásoknak adott iránymutatást a fejlesztési lehetőségek, piacra jutás tekintetében.
A rendezvényről további részleteket a NAK portálon olvashatnak.

Tizenhetedik alkalommal nyitotta meg kapuit a nemzetközi sós ropogtatnivalók (burgonya-, tortilla chips, kukorica-, rizs snackek, mogyorók, krékerek, pálcikák, perecek, sós kekszek stb.) kiállítása, a Snackex Bécsben. A NAK szervezésében a kiállításon részt vevő 15 fős csoportban minden üzemméretű előállító képviselte magát (őstermelőktől a nagyvállalatokig). A bécsi eseményen a legújabb alapanyagok, termékek és technológiai megoldások megismerése mellett nemzetközileg elismert előadók nyújtottak betekintést a snacktermékek világába. Emellett tagjainknak lehetősége nyílt a magyar külgazdasági attaséval is egyeztetni az esetleges exportlehetőségekről.
A résztvevőknek köszönjük jelentkezésüket és bízunk abban, hogy további munkájukhoz hasznos kapcsolatokat tudtak kialakítani, illetve információkat, ötleteket sikerült szerezniük. A NAK Élelmiszeripari Igazgatósága további lehetőségeket tervez, amelyekről folyamatosan megjelenő hírleveleinkben és a NAK portálon tájékozódhatnak.

Tejipari tagjaink Franciaországban jártak

A francia tejipari képzések terén vezető szerepet betöltő ENILBIO (Ecole Nationale d'Industrie Laitière et des Biotechnologies) Polignyben működő tudásközpontjában – részben a Kamara költség-hozzájárulása mellett – június végén öt napos sajt technológiai szakmai képzést szervezett a NAK tíz élelmiszeripari tagjának képviselői számára.
A csoportban kézműves sajtkészítők, mezőgazdasági és élelmiszeripari családi vállalkozások és tejipari nagyüzemek szakemberei egyaránt jelen voltak, hogy gazdagítsák ismereteiket a sajtkészítés területén. A program résztvevői valós üzemi gyártás közben sajátíthatták el camembert típusú lágy, kékpenészes, és többféle félkemény sajt készítésének elméletét, részletes technológiáját.
A résztvevőknek köszönjük aktív munkájukat és bízunk abban, hogy kiváló minőségű, a hazai kínálatot bővítő, és jól értékesíthető sajtok kerülnek majd kereskedelmi forgalomba a megszerzett ismereteknek köszönhetően. A NAK Élelmiszeripari Igazgatósága további hazai és külföldi szakmai képzéseket szervez a tej- és húsipari, valamint más élelmiszeripari ágazatokban működő tagjai számára.

Ingyenes online szolgáltatások agrár-élelmiszeripari cégeknek

Az INNO-4-AGRIFOOD platform tanácsadást, ingyenes okoseszközt és online tréninget kínál minden ágazati vállalkozásnak és innovációs tanácsadónak, hogy támogassák a nemzeti és nemzetközi együttműködéseket, ezzel is fokozva az ágazat versenyképességét és fejlődését.
Az INNO-4-AGRIFOOD projekt az Európai Unió Horizont 2020 kutatási és innovációs programjában nyert támogatást azzal a céllal, hogy támogassa és ösztönözze az európai agrár-élelmiszeripar több mint 11 millió kis- és középvállalkozásának online együttműködését. Ennek érdekében hozták létre, az ágazati szereplők aktív bevonásával az ingyenes és újszerű támogatási szolgáltatásokat, okoseszközöket, valamint e-learning tanfolyamokat kínáló **INNO-4-AGRIFOOD online felületet**. A platform kínálta oktatási lehetőségekkel az ágazat kkv-szektorának innovációs és együttműködési potenciálját kívánják fokozni regionális, nemzeti és nemzetközi szinten, valamint bővíteni kívánják az innovációs szakértők, és kkv-támogatási hálózatok szolgáltatási portfólióját, ezzel lehetővé téve számukra tagjaik hatékonyabb támogatását.
Az e-learning tréningek 13 tematikus, animált és könnyen követhető modult tartalmaznak, amelyek célja, hogy az innovációs tanácsadókat olyan tudással és készségekkel ruházza fel, amelyek birtokában hatékonyan támogathatják az agrár-élelmiszeripar online együttműködését, és sikeresen hasznosíthassák az INNO-4-AGRIFOOD szolgáltatásait. **A kurzusok sikeres elvégzését követően lehetőség van hitelesített INNO-4-AGRIFOOD tanácsadóvá is válni.**
További részleteket a **NAK Portálon** olvashatnak.

Európai recept gyűjtemény

A Copa-Cogeca egy új kezdeményezést indított el (#EUFarmRecipes), melynek célja annak tudatosítása, hogy a gazdálkodók az élelmiszerek elsődleges termelői.

Az utóbbi években az életmóddal kapcsolatos egészségügyi kihívások jelentős mértékben növekedtek. A mozgásszegény életmód, a rossz táplálkozási szokások olyan tényezők, melyek befolyásolják életünket, egészségünket. A Copa-Cogeca úgy véli, hogy a gazdálkodók és a szövetkezetek jelentős szerepet töltenek be a folyamatban: nemcsak biztonságos, egészséges, tápláló és megfizethető élelmiszereket állítanak elő, hanem szükség van az élelmiszertermelésről, ételekről és az azokhoz kapcsolódó kultúráról, hagyományokról szóló ismeretek terjesztésére is.

A kezdeményezés során egy történetekkel kiegészített európai receptgyűjteményt alakítottak ki, melynek célja annak tudatosítása, hogy a termelők és a szövetkezetek az élelmiszer elsődleges megtermelői. A receptkönyv ízletes, tápláló recepteket tartalmaz, mely bemutatja az egyes alkotóelemek, élelmiszerek termelési módját és a mögötte rejlő történeteket, megmutatva a fogyasztónak az élelmiszer valódi értékét.

A kiadványban – kamarai részvétel mellett – a magyar gasztronómiából a gulyásleves receptje, annak rövid története, illetve egyik legfontosabb alkotóeleme, a magyar fűszerpaprika kerül bemutatásra.

A kezdeményezés megnyitójáról további részleteket a NAK portálon olvashatnak.

Véleményezhető a kürtőskalács termékleírása

A pozsonyi kifli, a szikvíz és a tepertős pogácsa után a kürtőskalács próbálja megszerezni a **„hagyományos különleges termék”** (HKT) jelölést és minősítést, amellyel a már legalább 25 éve EU-piacon jelen lévő speciális, megkülönböztetett tulajdonságokkal rendelkező élelmiszerek táborát erősítené. A Földművelésügyi Minisztérium (FM) **Élelmiszeripari Főosztálya** a hagyományos különleges terméknek minősülő mezőgazdasági termékek és élelmiszerek elismerésének és ellenőrzésének rendjéről szóló **15/2008. (II. 15.) FVM rendelet** 3.§ -a alapján megjelentette a „Kürtőskalács” termékleírását. A **kérelemben** foglalt kifogások véleményezésére jogosult minden gazdasági érdekét igazoló és Magyarország területén székhellyel vagy lakóhellyel rendelkező természetes és jogi személy, illetve jogi személyiség nélküli gazdasági társaság. **A kifogásokat a közzétételtől számított két hónapon belül írásban nyújthatják be a Földművelésügyi Minisztérium Élelmiszeripari Főosztályára.** A termékleírás mellékletei ugyancsak a FM Élelmiszeripari Főosztályán tekinthetők meg, előzetes időpont-egyeztetés alapján.

Várjuk észrevételeit, megjegyzéseit!

További információk:
Dr. Szűcs Viktória
szucs.viktoria@nak.hu