

**Érvanyag**  
**Élelmiszer-feldolgozók Országos Szövetsége**

**Miért fontos nekünk gyártóknak a megfelelő jelölés és annak szabályozása?**

Az élelmiszer-feldolgozók átérzik felelősségüket a fogyasztók tájékoztatásában. Ezt mutatják mindazok a kezdeményezések is, amelyeket az európai és magyar kiegyensúlyozott és aktív életmóddal foglalkozó platformokon belül vállaltak és vállalnak az iparágban működő cégek. Éppen ezért szeretnénk együttműködni annak a rendszernek a kidolgozásában, amely az EU és benne Magyarország állampolgárait a lehető legjobb módon tájékoztatják az élelmiszerekről, amelyeket elfogyasztanak.

Azonban az is kiemelten fontos, hogy az EU versenyképességet javítani kívánó lisszaboni, és az adminisztratív terheket csökkenteni kívánó „Jobb szabályozás” stratégiájának<sup>1</sup> megfelelően – amelyek kiemelt szerepet szánnak a kis- és középvállalatoknak – csak olyan szabályozások szülessenek, amelyek egyrészt tudományosan megalapozottak, a fogyasztó szempontjából indokoltak, másrészt azonban a megvalósítási költségük nem jelent elviselhetetlen terhet a vállalkozásoknak.

Ezért az Élelmiszer-feldolgozók Országos Szövetsége nevében – amely a 99%-ban kis- és középvállalatokat magába foglaló magyar élelmiszeripar országos képviselete – összeállítottuk az alábbi anyagot, hogy megmagyarázzuk álláspontunkat a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról szóló rendelet (SEC/2008/95) egyes kérdéseivel kapcsolatban.

**1. A feltüntetendő tápanyagok listája – szénhidrát**

A szénhidrátokra feltüntetett értékeket a gyakorlatban általában számítással határozzák meg. Mivel az élelmiszerek címkéin a tápértéken belül a szénhidrát-tartalom nem közvetlen méréssel, hanem több analitikai eredmény felhasználásából származik, ez az adat várhatóan számottevő analitikai mérési bizonytalanságot kell,

---

<sup>1</sup> [http://ec.europa.eu/governance/better\\_regulation/index\\_hu.htm](http://ec.europa.eu/governance/better_regulation/index_hu.htm)

hogyan hordozzon. Vagyis ebben az esetben nem várható el az individuális analitikai méréseknél megkövetelt pontosság.

Például a húskészítmények esetében a fehérje, víz, zsír, hamu és só tartalom adatait összegezve, majd az összeget a termék teljes tömegéből, azaz a 100 %-ból kivonva kapjuk a százalékos szénhidrát-tartalmat.

Az eddig leírtakból adódik, hogy a szénhidrát-érték a kiszámításához használt, egyedi analitikai módszerek mérési bizonytalanságait összegezve tartalmazza.

Ezek alapján a nagy mérési bizonytalanság miatt úgy gondoljuk, hogy a jelenlegi helyzetben a fogyasztók félrevezetésének elkerülése és az ebből származó félreértések miatt célszerűbb lenne, ha a szénhidrát jelölése egyelőre nem lenne kötelező a feltüntetett tápanyagok között.

## 2. A termékek első és hátsó oldalának megkülönböztetéséről

Véleményünk szerint a termék első és hátsó oldala közötti megkülönböztetés nem jelent előnyt a vásárlók számára, ugyanakkor sokszor különös nehézség elé állítja a feldolgozót. Az élelmiszerek csomagolás sokszor henger vagy gömb alakú, sőt nagyon sok esetben nem is szabályos. Hengeres termékeknél például gyakran fordul elő, hogy a kereskedő a fedőfóliát helyezi a vásárló felé, máskor ugyanez a termék a henger egyik oldalával látható az eladóterben. A termelőknek képtelenség alkalmazkodni mindezekhez a feltételekhez, ugyanakkor a vásárlónak az a legfontosabb, hogy egy, jól látható helyen találja meg a neki szükséges információkat, és nem fontos a számukra, hogy kinevezzünk egy kitüntetett helyet.

## 3. A 3 milliméteres betűméretről

A 3 milliméteres betűméret meghatározása első látásra jó ötletnek tűnhet, hiszen az olvashatóság kiemelten fontos, de a betűméret meghatározása önmagában nem segít a helyzeten, sőt, akár ronthat is. Számtalan útmutató, jó gyakorlat létezik a láthatóság definiálására, és miközben elvárható, hogy legalább 8-as betűtípust használjanak a gyártók a címkéken, szintén nagyon fontos a megfelelő kontrasztosság és más követelmények. A 3 milliméteres betűtípus meghatározása akár vissza is üthet, hiszen

a címkéket túlsúlyosítottá teszi, és a vásárlók nehezebben találják a keresett információkat. A címkék méretének növelése pedig gyakran csak a csomagolás méretének növelésével együtt valósítható meg; ez nem hasznos sem az adag méretek csökkentésére irányuló politika, sem a környezetvédelem szempontjából. Ehelyett olyan jó gyakorlatok bevezetését és népszerűsítését ajánljuk, amelyek segítséget nyújthatnak a gyártóknak különböző csomagolási méretek és minták esetén.

#### 4. A kis kiszerelésű termékekről

Elengedhetetlen, hogy gondoljunk azokra a termékekre is, amelyek kis kiszerelésben kerülnek forgalomba. Ezeknél technikailag megvalósíthatatlan, hogy minden információ a csomagolásra kerüljön, hacsak nem növeljük annak méretét, amit azonban már a fentebb említett okok miatt nem tartunk szerencsésnek. Ez esetben ajánljuk, hogy alternatív technikai megoldásokat lehessen használni, mint például az internet, az eladási helyen kitett tájékoztató anyagok, stb.

#### 5. Az adagok méretéről

- **Az adagok méretei a napi fogyasztási szokásokon alapulnak:** az INBÉ-ket adagmérték alapján számítják, nem pedig 100 grammra vetítve (senki sem fogyaszt 100 g-os vagy ml-es alapon), ahogyan azt az FSA által támogatott jelzőlámpás rendszer teszi. Az adagmérték szerint számolt táplálkozási információk jobban illeszkednek a fogyasztók igényeihez, mivel tájékoztatják őket arról, hogy ténylegesen mennyit ettek, ahelyett, hogy a 100 grammra vetített értéket közölnék, ami akár teljesen irreális is lehet, mint például a majonéz esetében.
- **Az adagok méretének szabványosítása folyamatban van:** az európai szintű iparági szervezetek dolgoznak az adagmérték szabványosításán, hogy lehetővé tegyék a fogyasztók számára az azonos kategóriába tartozó termékek tápértékének összehasonlítását.
- **Az adagmérték útmutatást nyújtanak az általános fogyasztásra jellemző standard mennyiségekről:** ha a fogyasztók az adagonkénti INBÉ értékek

figyelembevételével fogyasztanak, képesek megtanulni, hogy hány adagot elfogyasztása felel meg a saját étrendjüknek. A termelők egyre inkább az egyadagos rendszert részesítik előtérbe, hogy segítsenek a fogyasztóknak kialakítani az adagméretüket.

A fenti érvek mellett általánosságban szeretnénk még megemlíteni annak a fontosságát, hogy a termékekkel kapcsolatos információk átadására egyre inkább fontos lenne alternatív megoldások keresése. Egyre több probléma megoldását – sajnos sokszor kizárólagos „csodafegyverként” bevetve – próbálja a politika a fogyasztók tájékoztatásával megoldani. Amellett, hogy ez nem mindig jelent megoldást, a fogyasztót is összezavarja, hiszen olyan mennyiségű információt kell áttekintenie egy-egy termék címkéjén, amelynek elolvasása és feldolgozása nem életszerű mondjuk egy bevásárlás alkalmával. Nem utolsósorban azonban a termékek gyártóit is sújtja, hiszen folyamatosan át kell alakítaniuk címkéiket, és ez egyre növekvő költségeket jelent számukra – sokszor bárki számára kézzelfogható haszon nélkül.