

SZAKDOLGOZAT

Gulaci Zsófia

2024



Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Budai Campus
Élelmiszertudományi és Technológiai Intézet
élelmiszerterménök alapképzési szak

Borcímkére vonatkozó követelmények

Belső konzulens: Dr. Fehér Orsolya, egyetemi docens

Belső konzulens intézete/tanszéke: Mezőgazdasági és Élelmiszeripari
Vállalati Tanszék

Konzulens: Szakál Dorina, doktorandusz hallgató

Belső konzulens intézete/tanszéke: Mezőgazdasági és Élelmiszeripari
Vállalati Tanszék

Készítette: Gulaci Zsófia, Budapest 2024

Tartalom

1Bevezetés

4

<u>2Célkitűzés</u>	<u>7</u>
<u>3Irodalmi áttekintés</u>	<u>8</u>
<u>3.1 Csomagolt élelmiszerek tápértékjelölése</u>	<u>8</u>
3.1.1Élelmiszer- és tápértékcímkézés (F&NL) kutatása és jelentősége:	8
3.1.2Az élelmiszercsomagolás hátulsó oldalán található címke:	10
3.1.3Az élelmiszerek elülső oldalán, más néven FoP (Front-of-Pack) címke:	11
<u>3.2ALKOHOLOK TÁPÉRTÉKJELÖLÉSE</u>	<u>16</u>
<u>3.3AZ ÚJ RENDELET</u>	<u>21</u>
<u>4Anyag és módszer</u>	<u>22</u>
<u>MELLÉKLET</u>	<u>36</u>

BEVEZETÉS

Az élelmiszerjog a vásárlókat védi és segít abban, hogy mielőtt terméket választunk, bővebb tájékoztatást kapjunk az adott termékről. Célja kiküszöbölni a fogyasztót megtévesztő módszerek alkalmazását, élelmiszerhamisítást, megtévesztő gyakorlatok alkalmazását. Annak eldöntése érdekében, hogy az élelmiszer biztonságos-e figyelembe kell venni a fogyasztóval közölt információkat, többek között a termék címkéjén feltüntetetteket, illetve egyéb információkat egy adott élelmiszer vagy élelmiszercsoport egészségkárosító hatásainak megelőzéséről.

Az élelmiszerek felcímkézése, reklámja és kizserelése, e-mellett alakjuk és külső megjelenésük, és olyan egyéb befolyással bíró tényezőt, mint az adott termék elrendezése, nem vezetheti félre a fogyasztót. A fogyasztó részére pontos tájékoztatást kell adni, az élelmiszer összetételére, fajtájára, származására vonatkozó információról. A tájékoztatás élelmiszer csomagolásán, előlő vagy hátsó címkéjén kell elhelyezni.

Az élelmiszer csak akkor hozható forgalomba, ha jelölése magyar nyelven, érthetően, egyértelműen, jól olvashatóan tartalmazza a '2008. évi XLVI. Törvény' végrehajtására kiadott jogszabályokban, valamint az Európai Unió közvetlenül alkalmazandó jogi aktusaiban meghatározott információkat az ott meghatározottak szerint (a továbbiakban: élelmiszer-jelölési előírások). Az élelmiszer-jelölés és az alkalmazott jelölési módszer, továbbá az élelmiszerek megjelenítése (formája vagy alakja, csomagolása, bemutatásának módja, kellékei) nem tévesztheti meg a végső fogyasztót, az élelmiszer tulajdonságai - így különösen az élelmiszer természete, azonossága, jellemzői, összetétele, mennyisége, eltarthatósága, származási helye vagy eredete, illetve előállítási vagy termelési módja - tekintetében, azáltal, hogy az élelmiszernek olyan hatást vagy tulajdonságot tulajdonít, amelyekkel az valójában nem rendelkezik; annak állításával vagy olyan benyomás keltésével, hogy az élelmiszer különleges tulajdonsággal rendelkezik, ha ugyanezekkel a tulajdonságokkal minden más hasonló élelmiszer is rendelkezik. Az élelmiszer-jelölés és az alkalmazott jelölési módszer - ha külön jogszabály vagy közvetlenül alkalmazandó európai uniós jogi aktus eltérően nem rendelkezik - nem tulajdoníthat az élelmiszernek betegségmegelőzésére, gyógyítására vagy kezelésére vonatkozó tulajdonságokat, illetve nem keltheti ezen tulajdonságok meglétének benyomását. A jelölésért az élelmiszer előállítója, illetve valamennyi forgalmazója felelős. Az élelmiszer fogyaszthatósági vagy

minőségmegőrzési időtartamának megállapítása az előállító felelőssége. A fogyaszthatósági, illetve minőségmegőrzési idő lejártá után az élelmiszer nem hozható forgalomba. Kötelező feltüntetni az élelmiszer nevét. Az összetevők felsorolása az egyik legfontosabb lépés ahol jól láthatóan fel kell tüntetni minden olyan anyagot ami allergiát vagy intoleranciát okoz, vagy technológiai segédanyag amit a termék előállításánál vagy elkészítésénél használunk fel, és a késztermékben még jelen van. Kötelező a származási ország vagy az eredet helyét ismertetni és emellett bizonyos összetevők vagy összetevőcsoportok mennyiségére is ki kell térni. Az 1,2 térfogatszázaléknál nagyobb alkoholtartalmú italok esetében a tényleges alkoholtartalmat, térfogatszázalékban kell feltüntetni. Allergiát vagy intoleranciát okozó termékek:

1. Glutént tartalmazó gabonafélék, azaz búza (tönkölybúza), rozs, árpa, zab, illetve hibridizált fajtáik, valamint a belőlük készült termékek, kivéve a búzából készült glükózsirup, beleértve a dextrózt is, búzából készült maltodextrin, árpából készült glükózsirup, alkoholpárlatok – így például mezőgazdasági eredetű etil-alkohol készítéséhez használt gabonafélék.

2. Rákfélék és a belőlük készült termékek

3. Tojás és a belőle készült termékek

4. Hal és a belőle készült termékek

5. Földimogyoró és a belőle készült termékek

6. Szójabab és a belőle készült termékek, kivéve a teljes mértékben finomított szójababolaj és zsír, szójababból származó természetes vegyes tokoferolok, természetes D-alfa tokoferol, természetes D-alfa tokoferol-acetát, természetes D-alfa tokoferolszukcinát, szójabab olajából nyert fitoszterolok és fitoszterol-észterek, szójabab olajából nyert szterolokból előállított fitosztanol-észter

7. Tej és az abból készült termékek (beleértve a laktózt), kivéve: alkoholpárlatok – így például mezőgazdasági eredetű etil-alkohol – készítéséhez használt tejsavó; laktit

8. Diófélék, azaz mandula (*Amygdalus communis* L.), mogyoró (*Corylus avellana*), dió (*Juglans regia*), kesudió (*Anacardium occidentale*), pekándió (*Carya illinoensis* [Wangenh.] K. Koch), brazil dió (*Bertholletia excelsa*), pisztácia (*Pistacia vera*), makadámia vagy queenslandi dió (*Macadamia ternifolia*) és a belőlük készült termékek, kivéve az alkoholpárlatok – így például

mezőgazdasági eredetű etil-alkohol – készítéséhez használt csonthéjasok

9. Zeller és a belőle készült termékek

10. Mustár és a belőle készült termékek

11. Szezám-mag és a belőle készült termékek

12. Kén-dioxid és az SO_2 -ben kifejezett szulfitek 10 mg/kg, illetve 10 mg/liter összkoncentrációt meghaladó mennyiségben; a számítást a fogyasztásra kész termékekre vagy a gyártó utasítása alapján elkészített termékekre vonatkozóan kell elvégezni

13. Csillagfürt és a belőle készült termékek

14. Puhatestűek és a belőlük készült termékek.

A csomagolt élelmiszerek esetén kiemelkedően fontos a fogyasztók megfelelő tájékoztatása, a rendeletmódosítások folyamatosak, így már a borokra vonatkozóan is születtek követelmények.

CÉLKITÚZÉS

A jelenlegi borfogyasztási szokások tanulmányozása, illetve feltárni, hogy a tápértékjelölések a borok esetében milyen módon lenne ideális a fogyasztók számára.

A perszonális meggyőződések, attitűdöket, valamint múltbeli tapasztalatok azonosításával a fogyasztói magatartás befolyásolóiként a címkén elhelyezett tápértékjelölést vetettem fel. Fő célkitűzés a vásárlási szándék megismerése, valamint az újabb rendelet erre gyakorolt hatása.

A fő célkitűzés, hogy feltárjam a fogyasztói magatartás különféle aspektusait az élelmiszer-, ezen kívül tápértékjelölési kutatással kapcsolatban. Az élelmiszerek címkéinek értelmezésekor, valamint fogyasztása alkalmával elmélyülni a fogyasztók attitűdjeiben, felfogásában, ezen kívül döntéshozatali processzusaiban. A kérdőív azt kutatja, hogy a tápértékre irányuló különféle jellegű adatok, például a tápanyagtartalom, az egészségre irányuló állítások, továbbá a csomagolás elején, valamint hátulján található címkék hogyan befolyásolják a fogyasztók élelmiszer-választását. Valamint feldolgozni fogja a címkézési formátumok, a tervezési elemek, ezen kívül a címke egyértelműségének hatását a fogyasztók megértésére, továbbá elkötelezettségére. A kérdőív azt is megvizsgálja, hogy a fogyasztói magatartásban idővel az élelmiszerek címkézésére irányuló újabb rendelet következtében bármilyen változás következett be. Végeredményben a felülvizsgálat célkitűzése, hogy értékes betekintést nyújtson a fogyasztók élelmiszer-, valamint tápértékjelölésre adott válaszaiba, segítve az egészségesebb élelmiszer-választás előmozdítását, valamint a fogyasztói jólét fokozását.

IRODALMI ÁTTEKINTÉS

3.1 Csomagolt élelmiszerek tápértékjelölése

Élelmiszer- és tápértékcímkézés (F&NL) kutatása és jelentősége:

Az F&NL (food and nutrition labelling) célkitűzése a fogyasztók teljesen pontos, ezen kívül teljes körű tájékoztatása az élelmiszer

Az élelmiszercímkék olyan információkat tartalmaznak az élelmiszerek csomagolásán, amik segíti k a fogyasztókat abban, hogy megalapozott döntéseket hozzanak az elfogyasztott élelmiszerekkel kapcsolatban. Ez egy törvényi előírás sok államban, ezen kívül jellemző módon hordozhat magában egy listát az összetevőkről, valamint a táplálkozási információkról, mint példának okáért a kalória, tartalom, zsír, fehérje, ezen kívül szénhidrátszint, továbbá az élelmiszerrel kapcsolatos bármely konkrét egészségre irányuló állítás. Az F&NL célkitűzése annak biztosítása, hogy a fogyasztók teljesen pontos, továbbá értékes információkhoz jussanak az általuk vásárolt élelmiszerekről, amik segíthetnek egészségesebb döntéseket hozni, valamint hatékonyabban kezelni az étrendjüket. A fogyasztók egészségének, ezen kívül jólétének elősegítése mellett, az F&NL az átláthatóság biztosításával, továbbá a vásárlói bizalom kiépítésével támogatja az élelmiszeripart. Az élelmiszerek újratervezése alkalmával beleértve az esszenciális tápanyagokkal, példának okáért omega-savakkal való dúsítást, továbbá az élelmiszerek jó címkézését, az élelmiszergyártók javíthatják termékeik tápértékét. Így pontos tájékoztatást nyújtanak a fogyasztóknak az összetételről és az egészségügyi előnyeiről annak, amit fogyasztanak.

Az elmúlt 20 évben kevés áttekintő közlemény jelent meg az F&NL-kutatásról. Az F&NL-ről szóló korábbi tanulmányok még nem fedték le ennek a témakörnek a teljes skáláját. Azonkívül több kutatásra van szükség a mögöttes fogalmi, valamint intellektuális feltárására ennek a feltörekvő területnek a keretein belül. Ezen hiányosságok orvoslására kvantitatív (mennyiségi), ezen kívül kvalitatív (minőségi) módszereket kezdtek használni, hogy átfogóan áttekintsék a meglévő

szakirodalmat, továbbá útmutatást adjanak a jövőbeli kutatásokhoz, következésképpen ezen téren permanens az innováció.

Az előre csomagolt élelmiszereken a következő információkat szükséges feltüntetni: az élelmiszer neve; a komponensek listája (beleértve az adalékanyagokat); az allergénekre irányuló információk; bizonyos komponensek mennyisége; minőségmegőrzési idő, esetleg fogyaszthatósági idő; származási állam, ha az egyértelműség okán szükség van rá (pl. ha a csomagoláson valamely ország zászlója vagy híres jelképe látható); az Unióban bejegyzett élelmiszer-vállalkozó, esetleg az importőr neve, továbbá címe; nettó mennyiség; speciális tárolási és/vagy fogyasztási feltételek; fogyasztási útmutató (ha erre szükség van); alkoholtartalom (az 1,2 térfogatszázaléknál magasabb alkoholtartalmú italok esetében); tápértékjelölés

Az uniós jog és/vagy a nemzeti jog értelmében bizonyos élelmiszeripari termékeken külön figyelmeztetést szükséges elhelyezni, példának okáért, ha egyes komponensei (koffein stb.) okán felhasználása a gyerekeknek nem ajánlott.

Összetevők listája: a listát az „Összetevők” szót tartalmazó fejléccel szükséges ellátni, valamint minden összetevőt fel szükséges sorolni: tömegük szerinti csökkenő sorrendben, az előírt nevükkel jelölve.

Bizonyos összetevők mennyisége: az összes olyan komponens mennyiségét meg szükséges adni (százalékban): melynek neve szerepel a termék megnevezésében (pl. „almáspite”), mely a jelölésen szóval, képpel, esetleg ábrával hangsúlyozva van (pl. „diós”), mely alapvető módon jellemez egy élelmiszert, ezen kívül megkülönbözteti azt más élelmiszerektől.

Az allergénekre vonatkozó információk: az összetevők listájában ki kell emelni az allergiát okozó anyagokat, pl. eltérő betűtípussal, stílussal vagy háttérszínnel. Ha az összetevők nincsenek felsorolva, az allergének megjelölésének a „tartalmaz” szóból és az allergén nevéből kell állnia.

Jelölés: a kötelező információkat olyan betűtípussal szükséges kinyomtatni, melynek x-magassága legalább 1,2 milliméter. Ha a csomagolás legnagyobb felülete nem éri el a 80 cm^2 -t, az x-magasság 0,9 milliméter is lehet. A 10 cm^2 -nél kisebb csomagolási felület esetekor feltüntetendő információk: az élelmiszer neve, az összes olyan, allergiát, esetleg intoleranciát okozó anyag, esetleg termék, melyet az élelmiszer előállításánál, esetleg elkészítésénél

használnak fel, valamint a késztermékben még jelen van, az élelmiszer nettó mennyisége, a minőségmegőrzési, esetleg fogyaszthatósági idő. (K. & Sivakumar, 2023)

Az élelmiszercsomagolás hátulsó oldalán található címke:

Az Európai Unió szabályozza az élelmiszerek címkézését. A szabályok megállapításakor a jogalkotók biztosítani kívánták, hogy a fogyasztók igen összetett, mindenre kiterjedő tájékoztatást kapjanak az általuk vásárolt termékekről, így a gyártóknak a egyes információkat kötelességük feltüntetni az élelmiszereken. Első, továbbá kifejezetten releváns a tápanyagtartalom. A jogszabály kötelezi a gyártókat a termék energia-, zsír-, telítettség-, szénhidrát-, cukor-, fehérje-, továbbá sótartalmának feltüntetésére 100 g, valamint 100 ml termékre vetítve. Ez az adat táblázat formájában, jellemzően a csomagolás hátsó oldalán található. Továbbá az élelmiszerek csomagolásának kötelező eleme a termék összetevőinek felsorolása, amit tömeg szerinti csökkenő sorrendben találhatunk meg az élelmiszeren. Vagyis abból az összetevőből tartalmazza a legtöbbet a termék, mely a lista elején, a legkevesebbet, ami a lista végén szerepel. A teljes mértékben egzakt élelmiszerjelölés a gyártók felelőssége, továbbá létfontosságú a táplálékallergiával küzdők részére. Az Európai Unió területén, így hazánkban is szigorú szabályok vonatkoznak az élelmiszerek allergén összetevőinek feltüntetésére. A termék nettó mennyiségét, folyadékok esetén űrtartalomban, egyéb termékek esetén tömegben megadva szintén kötelező feltüntetni. A hátsó címkének ezen felül tartalmaznia szükséges az élelmiszer fizikai állapotára, esetleg a rajta végzett speciális kezelésre irányuló információkat is (porított, mélyhűtött, koncentrátum, füstölt stb.). A fogyaszthatóságot, a „fogyasztható”, továbbá a „minőségét megőrzi” feliratot követő dátumok arról tájékoztatnak, meddig marad friss az élelmiszer, valamint meddig fogyasztható biztonságosan. A gyártó, a csomagoló, esetleg az importőr nevének, valamint címének egzakt módon szerepelnie szükséges a csomagoláson, hogy a fogyasztó tudja, kihez szükséges fordulnia, ha panasa van, esetleg, ha további információt akar a termékről megtudni. Bizonyos jellegű termékek – pl. hús, zöldség, ezen kívül gyümölcs – esetén kötelező a származási állam, esetleg térség feltüntetése. A Referencia Beviteli Értéket (RI – Reference Intake) is elengedhetetlen feltüntetni. Ez a jelölés lehetővé teszi, hogy képet kapjunk a kiválasztott élelmiszer étrendünkben betöltött helyéről

azáltal, hogy megmutatja, egy adag termék elfogyasztásával mennyi energiához, valamint tápanyaghoz jut a szervezetünk. A kötelező elemeken túl a világ számos országában nyílik tér a gyártók részére, hogy opcionális elemeket is használjanak termékeik csomagolásán a fogyasztók rapid informálására.

Az élelmiszerek elülső oldalán, más néven FoP (Front-of-Pack) címke:

Sok élelmiszer-, továbbá italtermék mára már az élelmiszer-csomagolás elején feltünteti a tápértékre irányuló információkat, ún. front-of-pack (FOP) tápértékcímkéket, esetleg tápértékjelző címkéket, amik a termékek tápértékének egyszerű, továbbá jól látható összefoglalását szolgálják. Noha a kereskedők rendszeresen változtatják a választékot, az átlagos élelmiszerboltban több mint 30.000 termék található, ami megnehezíti a fogyasztók részére, hogy tájékozottan döntsenek arról, hogy melyik terméket vásárolják meg (Baum, 2019). A döntéshozók, az élelmiszergyártók, valamint az élelmiszeripar más szereplői bevezették a csomag elején (FOP) címkéket, hogy segítsenek a vásárlóknak eligazodni a termékalternatívák sűrű dzsungelében, ezen kívül egyszerűsítsék döntéshozatali processzusukat (Kühne, Reijnen, Granja és Hansen, 2022). A frontoldali tápértékjelölési rendszerhez tartozik a Nutri-Score, az MTL (Multiple Traffic Light), továbbá a GDA (Guideline Daily Amount). A Nutri-Score (5-Colour Nutrition label vagy 5-CNL) rendszer egyszerű, könnyen érthető formában értékeli az élelmiszerek tápanyagtartalmát, a csomagolás elülső részén. Ez egy ötszínű tápérték-címke, továbbá tápérték-besorolási rendszer, továbbá kísérlet a tápérték-besorolási rendszer egyszerűsítésére, mely bemutatja az élelmiszerek univerzális tápértékét. A termékekhez A (legjobb), ezen kívül Ezen (legrosszabb) közti minősítő betűket rendel hozzá, a hozzá tartozó színekkel zöldtől pirosig. (a zöld a magas tápértéket, a piros pedig az alacsony tápértéket jelzi; Golan, Kuchler, Mitchell, Greene és Jessup, 2001).

Az MTL (Multiple Traffic Light) vagyis a színkódolt tápanyag-információ megmutatja, hogy az élelmiszer magas közepes vagy alacsony energiatartalmú-e zsír, cukrok, só, telített zsírsavakban. A legtöbb előre csomagolt élelmiszeren megtalálható ez a jelölés, mivel segít a kiegyensúlyozott étrendben. A kalóriák mezője mindig szürkén jelenik meg, mivel munkánktól, életkorunktól, nemünktől és általános aktivitási szintünktől függően mindannyiunknak különböző számú

kalóriára van szüksége. Nem tanácsos önmagában kizárólag a kalóriákat nyomon követni az ételben, és ebben a 'közlekedési lámpák' segíthetnek. Piros színű doboz magas, a sárga közepes, a zöld pedig azt jelöli, hogy az élelmiszer alacsony mértékben tartalmaz zsírt, cukrokat, sót, vagy telített zsírsavakat.

Az irányadó napi mennyiség (GDA) egy címkézési útmutató, amely segít megalapozott döntéseket hozni az elfogyasztott élelmiszerekkel kapcsolatban. Áttekintést ad a termékben lévő energia- és kulcstápanyagok százalékos arányáról adagonként, különösen azokról a tápanyagokról, amelyek növelhetik az étrenddel kapcsolatos betegségek kockázatát. Annak ellenére, hogy bizonyos termékválasztásokat előmozdítanak, az FoP élelmiszer-címkézési rendszerek nem mindig működnek a tervezett módon. Az egészségesebb választást jelző FoP címkék hozzáadása mindössze 1,5–2%-kal növeli e termékek vásárlási gyakoriságát a kevésbé egészséges alternatíváikhoz képest (Temple, 2020). Másrészt a kutatások azt mutatják, hogy a táplálkozási FoP figyelmeztetések hatékonyan segítik a fogyasztókat abban, hogy a kedvezőtlen táplálkozási profillal rendelkező termékeket egészségtelennek tekintsék (Cabrera et al., 2017). Számos tanulmány támasztja alá a táplálkozási FoP figyelmeztetések hatékonyságát abban, hogy segítsenek a fogyasztóknak az egészségesebb élelmiszerek megválasztásában (Ares et al., 2018, 2021).

Korábbi kutatások azt sugallták, hogy bizonyos fogyasztók nagyobb valószínűséggel hagyatkoznak a FOP címkézési rendszerekre élelmiszerek vásárlásakor (Sigurdsson et al., 2020).

Az FoP címkéket élelmiszergyártók, kiskereskedők, kormányzati ügynökségek, nonprofit szervezetek, valamint az iparágon kívüli szakértők fejlesztik ki, és információkat közölnek a termék táplálkozási profiljáról (pl. cukortartalom), összefoglaló információkról, valamint élelmiszercsoportokkal kapcsolatos információk (pl. teljes kiőrlésű termék; Wartella et al., 2010). Az FoP címkézési rendszerek különféle eszközöket használnak a fogyasztók tájékoztatására, beleértve a numerikus adatokat (pl. az egy adag napi kalóriaszükségletének százalékos aránya), a színkódolt és szöveges figyelmeztetéseket (pl. magas nátriumtartalom) és az egyszerű logókat, amelyek összefoglalják a termékjellemzőket. Az FoP címkék esetén megkülönböztetünk 'directive', 'semi-directive' és 'non-directive' változatokat. Hodgkins kifejlesztett egy rendszert a FoP címkézés irányelvek direkt, nem direkt és félig direkt osztályba sorolására. Ezt az „irányelvűséget” úgy definiálta, hogy a címkézés milyen mértékben ad útmutatást az élelmiszer

egészségre nyújtott hatásáról. A 'non-directive' címkék egyszerűen felsorolják a tápanyagokat, és a fogyasztókra bízzák az egészséggel kapcsolatos tényleges értelmezés terhét. Ha szimbólumokkal vagy más minőségi értékelésekkel, például színekkel fedik le, a 'non-directive' címkék 'semi-directive', vagyis részben irányadóvá válnak, felsorakoztatva a kulcsfontosságú összetevőket, miközben színkódolt értelmezést adnak az egyes termékek egészségi állapotáról a referenciamennyiségekhez viszonyítva.

Hollandiában, Norvégiában, Svédországban és Dániában használt Nordic Keyhole, majd az Egyesült Államokban mára megszűnt Smart Choices címke az 'directive' címkék példái, amelyek összegzik és közvetlenül hívják a termék általános egészségi állapotát összegző módon. Függetlenül attól, hogy milyen megközelítést alkalmaznak (irányelv, félig direkt vagy nem direktív), a FOP-címkék mögött az az indok, hogy a termék táplálkozási vonatkozásaira vonatkozó információkat szembeűnő és könnyen érthető módon jelenítsék meg. képessé teszi az embereket arra, hogy egészségesebb döntéseket hozzanak. A FOP címkéket vizsgáló kutatások többsége a fogyasztók azon képességére összpontosít, hogy megértsék és használják a különféle tervezésű címkéket (Vyth et al., 2012). Ezzel a fókuszálással számos tanulmány adott az embereknek a táplálkozással kapcsolatos feladatokat, és értékelte, hogy milyen jól végzik el a tápértékjelölést igénylő feladatot, általában a változatos címketerveket alkalmazó kísérletek során. Forinstance, Borg és Westernhoefer (2009) arra kérte az embereket, hogy válasszák ki az egészséges opciót egy kétalternatív kényszerválasztási rendszerben, olyan csomagolási minták használatával, amelyek direktívát, félig direktívát és nem irányelvet címkézési módszereket tartalmaztak. A kutatók azt találták, hogy a résztvevők jobban teljesítették a kiválasztási feladatot egy színkódolt FOP címkével, amely egyfajta félig irányító címke. Ezt a megállapítást ausztrál kutatók is megismételték, és azt találták, hogy a résztvevők ötször nagyobb valószínűséggel azonosítottak helyesen egy élelmiszert egészségesnek, ha az élelmiszereket közlekedési lámpás FOP címkével (azaz félig irányító) címkézték, mint azokkal monokromatikusak (azaz nem direktívek). Általánosságban úgy tűnik, hogy a színkódolt FOP-ok, mint például a többszörös közlekedési lámpák kialakítása, hatékonyak, ha az embereket arra kérik, hogy azonosítsák be az egészséges ételeket (lásd Hawley et al 2013). ez a megközelítés fontos azoknak a címkéknek az azonosításához, amelyek hatékonyak azok számára, akiknek az a célja, hogy felismerjék az egészséges élelmiszertermékeket. A publikált kutatások kevés információt szolgáltatnak a címkék hatásáról azokra az egyénekre, akiknek esetleg nincs kifejezett

táplálkozással kapcsolatos célja. A meglévő szakirodalom egy viszonylag késői folyamatra, a megértésre fókuszál, megkerülve a figyelmi szelekció korábbi szakaszát. A figyelmi interakció megkerülése figyelmen kívül hagyja azt a tényt, hogy az egyik oka annak, hogy a tápanyag-információkat a csomagolás elején helyezzük el, az az, hogy könnyen hozzáférhetővé tegyük őket, hogy nagyobb figyelmet kapjanak. Ezenkívül számos kutatás azt sugallja, hogy az információkat meg kell adni. azért, hogy tudatosan észleljék. Röviden, ha egy címke nem vonzza magára a figyelmet, akkor a címke kognitív feldolgozása kisiklik, még mielőtt a megértés problémává válna, vagyis ha a fogyasztó nem látja az információt, az információfeldolgozás megszakad, mielőtt elérné a megértés szintjét. Felismerve ezt a tudásbeli hiányt, a legújabb tanulmányok azt próbálták megvizsgálni, hogy a tápértékjelölések különböző típusai hogyan hatnak a figyelemre. Számos ilyen tanulmány vizuális keresési feladatokat használ a táplálkozási címkékre való figyelem vizsgálatára. Sokan a táplálkozási szempontból releváns keresési cél megtalálásához szükséges reakcióidőt használják függő változóként. Mások követték a szemmozgásokat, miközben a résztvevők kifejezett, táplálkozással kapcsolatos célokat kaptak, mint például annak megállapítása, hogy egy termék alacsony vagy magas nátriumtartalommal rendelkezik-e, vagy egészségügyi ítéletet alkottak egy termékről. Ezek a vizuális keresési paradigmák általában alátámasztják azt az állítást, hogy a félig irányított (konkrétan színekódolt) FOP címkék hatékonyan vonzzák magukra a figyelmet. Mindazonáltal ezekben a vizuális keresési paradigmákban a résztvevők táplálkozási vonatkozású feladatokat kaptak, ami hajlamosította őket a releváns információk megtekintésére. Tehát a szövegértési kutatásokhoz hasonlóan ezek a tanulmányok sem képesek a címkék azon képességéről beszélni, hogy felhívják a figyelmet azoktól az emberektől, akiknek nincs kifejezett táplálkozási célja. Más kutatók szemmel követték a résztvevőket, miközben kifejezetten manipulálták a résztvevők céljait, hogy összehasonlítsák azokat táplálkozással kapcsolatos cél másoknak, akiknek ízlése vagy vásárlási motivációja van. Általánosságban elmondható, hogy ezek a tanulmányok azt mutatják, hogy a táplálkozással kapcsolatos céllal rendelkező résztvevők több időt töltenek a táplálkozási információkkal, és a Traffic Light FOP címkéhez hasonló formátum különösen jól hívja fel a figyelmet ebben a populációban. Ezekből a vizsgálatokból hiányzik annak felmérése, hogy az FOP tervezése befolyásolja-e azon résztvevők figyelmét, akiknek nincs kifejezett táplálkozási céljuk. Más szóval, az eredmények nem szólnak arról a kérdésről, hogy a FOP-ok mennyire hatékonyak a lakosság körében. Még mindig nem világos, hogy a táplálkozással kapcsolatos feladat nélkül melyik terv

hívja fel a legjobban a figyelmet a résztvevők körében. A táplálkozással kapcsolatos céllal rendelkező és a nem résztvevők megkülönböztetése gyakorlati és elméleti szempontból is fontos. (K. & Sivakumar, 2023)

Az erre vonatkozó EU-JOGSZABÁLY:

„Az Európai Parlament és a Tanács 1169/2011/EU rendelete (2011. október 25.) a fogyasztók élelmiszerekkel kapcsolatos tájékoztatásáról, az 1924/2006/EK és az 1925/2006/EK európai parlamenti és tanácsi rendelet módosításáról és a 87/250/EGK bizottsági irányelv, a 90/496/EGK tanácsi irányelv, az 1999/10/EK bizottsági irányelv, a 2000/13/EK európai parlamenti és tanácsi irányelv, a 2002/67/EK és a 2008/5/EK bizottsági irányelv és a 608/2004/EK bizottsági rendelet hatályon kívül helyezéséről (EGT-vonatkozású szöveg)EGT-vonatkozású szöveg”

(htt)

ALKOHOLOK TÁPÉRTÉKJELÖLÉSE

A Magyar Élelmiszerkönyv Bizottság Szeszsesital Szakbizottsága az élelmiszerlánc területén kötelező előírások és ajánlott szakmai irányelvek gyűjteményei kiadásainak rendjéről szóló 220/2008. (VIII. 30.) Kormány rendelet foglalkozik a szeszses italok tápértékjelölésével. Ezzel a szabályok jogalkalmazói gyakorlatának egységesítését, a fogyasztók megfelelő tájékoztatását és ezen keresztül érdekei védelmezését szolgálja. A szeszsesitalokra vonatkozó jogszabályok a következők: - 110/2008/EK rendelet a szeszsesitalok meghatározásáról, megnevezéséről, kizsuzeléséről, címkézéséről és földrajzi árujelzőinek oltalmáról, valamint az 1576/89/EK tanácsi rendelet hatályon kívül helyezéséről (a továbbiakban: rendelet), - 2008. évi LXXIII. törvény a

pálinkáról, a törkölypálinkáról és a Pálinka Nemzeti Tanácsról (a továbbiakban: törvény), - 19/2004. (II. 26.) FVM-ESzCsM-GKM együttes rendelet az élelmiszerek jelöléséről. A Magyar Élelmiszerkönyv Bizottság Szeszesital Szakbizottsága már két alkalommal ajánlást dolgozott ki (megjelent a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Értesítő 2002. május 9-ei 8. számában, illetve a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Értesítő 2005. november 30-ai 23. számában) ezeknek a termékeknek a megnevezésére, figyelembe véve az időközben a szeszesitalok szabályozásában történt változásokat, illetve az alkalmazás során felmerült olyan kérdéseket, amelyekre az előző ajánlás nem tért ki. A Magyar Élelmiszerkönyv Bizottság Szeszesital Szakbizottsága ezért az útmutató módosításával az alábbi tájékoztatót dolgozta ki:

4. A szeszesitalok megnevezése

4.1. A rendeletben szabályozott termékek megnevezése

4.1.1. A rendeletben szabályozott termékekre az ott szereplő megnevezéseket kell alkalmazni. Ezen megnevezések - vagy ezekre utaló, ezekhez hasonló szavak - használata a rendeletben rögzítetteknek meg nem felelő termékekre tilos.

4.1.2. A „gyümölcspálinka” és a „törkölypálinka” megnevezésekor használható jelzős kifejezéseket a törvény tartalmazza.

4.2. A rendelet II. és III. mellékletében nem szereplő termékek megnevezése

4.2.1. A rendelet II. és III. mellékletében nem szereplő - 15% (V/V) -nál nagyobb alkoholtartalmú – italok megnevezése: „szeszesital”.

4.2.2. A kizárólag aromával ízesített termékek megnevezésében a „szeszesital” jelzője: (1) Gyümölcsre utaló, pl. - Barack (vagy más gyümölcs neve) ízű szeszesital; (2) Meghatározott gyümölcsfajta ízére utaló, pl.: - Vilmos körte (vagy más gyümölcsfajta) ízű szeszesital.

4.2.3. A gyümölcspárlatot is tartalmazó szeszesital megnevezésében a „szeszesital” jelzője lehet a gyümölcs vagy gyümölcsfajta neve, pl.: - Barack (vagy más gyümölcs neve) szeszesital; - Vilmos körte (vagy más gyümölcsfajta) szeszesital.

4.2.4. A rendeletben szabályozott termékeket is tartalmazó szeszesitalok megnevezése - függetlenül attól, hogy milyen arányban tartalmazza a rendeletben szabályozott terméket - „szeszesital”.

4.2.5. Nem lehet semmiféle összetételben a szeszesital jelzője a rendeletben szereplő bármely termék neve, pl.: - Pálinka ízű szeszesital, - Pálinkát tartalmazó szeszesital, - Pálinkás szeszesital, -

Pálinka likőr, - Mézes pálinka likőr stb.

4.2.6. A 100%-ban pálinkából, rumból stb. (a rendelet II. mellékletének 1-14. kategóriájában felsorolt párlatokból) készült, ízesített termékek megnevezése, pl.: - Mézes alma (vagy más gyümölcs) likőr, - Mézes alma (vagy más gyümölcs) szeszesital. A megnevezés kiegészítéseként feltüntetheti, hogy a termék alkoholtartalma 100%-ban pálinkából, rumból stb. származik. Ennek a kiegészítő megnevezésnek a betőnagysága azonban nem lehet nagyobb, mint a megnevezésé.

4.2.7. Amennyiben a „szeszesital” megnevezéshez nem tartozik olyan jelző, amelyből egyértelműen megállapítható a termék jellege, az összetevők feltüntetésénél a felhasznált aromát pontosan meg kell nevezni, pl. „rum aroma”, „whisky aroma”. Ezeknek a termékeknek a megnevezése „szeszesital”, jelző nélkül.

4.2.8. A megnevezésben a „szeszesital” szóhoz csatlakozhat cégnév vagy fantázianév. A cég/fantázianév azonban nem utalhat különleges tulajdonságra (pl. extra, különleges stb.).

4.2.9. A „szeszesital” szóhoz csatlakozó fantázianév idegen nyelven sem utalhat különleges (pl. „finest”) vagy olyan tulajdonságra, amely nem igaz (pl. „blended”).

4.2.10. A „szeszesital” szó a megnevezés meghatározó része. Azért jól látható módon kell feltüntetni. A megnevezést nem lehet szétválasztani, egyes elemeit kiemelni. A megnevezés alkalmazásánál nem lehet olyan grafikai megoldást alkalmazni, amely eltereli a fogyasztó figyelmét a „szeszesital” szóról.

4.3. Egyéb jelölések

4.3.1. A 110/2008/EK rendelet a benne szereplő megnevezése védelmét írja elő. A szeszesitalokon (és más termékeken is) szokásos - a megnevezést és egyéb kötelező adatokat tartalmazó címkétől elkülönülő- kisebb, fogyasztói tájékoztatást szolgáló (ún. marketing vagy reklám) címke alkalmazása, amelyre a jelölés általános szabályai szintén vonatkoznak. Természetesen ezen sem lehet a terméket pl. pálinkának, vodkának stb. nevezni, ha az erre vonatkozó előírást nem elégíti ki. A megnevezés részét nem képező címkén azonban lehet utalni minden olyan valós tényre (pl. a felhasznált aroma jellege, javaslat a termék felhasználási módjára stb.), amely a terméket a többi szeszesitaltól megkülönbözteti, és tájékoztatja a fogyasztót a termék jellegéről.

4.3.2. A szeszesitalok összetevőinek felsorolásánál a „mezőgazdasági eredetű etil-alkohol” kifejezés helyett használható a „finomszesz” megnevezés is.

4.3.3. A termékek összetevőinek felsorolásánál a rendeletben szereplő termékneven (pl. pálinka)

kell a felhasznált összetevőt feltüntetni. Ez a szó azonban nem szerepelhet a többi összetevőnél (pl. finomszesz, víz) nagyobb betűkkel.

4.3.4. Az összetevők felsorolásánál megadható a rendeletben szabályozott termék mennyisége is.

5. Aromával ízesített likőrök megnevezése, a kizárólag aromákkal készült likőrök megnevezésében nem kötelező feltüntetni az „... ízű” kifejezést, tekintettel arra, hogy a közösségi jogszabály a likőrök vonatkozásában nem írja elő a kizárólag aromával készített termékek ilyen megkülönböztetését.

Amellett, hogy egészségügyi nehézségeket okoz a fogyasztóknak, az alkohollal való visszaélésnek közvetetten is káros hatásai vannak a szélesebb társadalomra (Bellis, 2015, Laslett, 2010). Ezen ártalmak megelőzése széleskörű kihívás, mely stratégiák kombinációját igényli, mely lehet univerzális, szelektív, esetleg célzott (Perman-Howe et al., 2018). Az egyik általános megközelítés, melynek célkitűzése a vásárlás, ezen kívül a felhasználás helyén történő intervenció, az egészségügyi adatok feltüntetése a termékek címkéin. Bár a legtöbb mostani egészségügyi információs címke a terhesség alatti alkoholos ital fogyasztás veszélyeinek leírására korlátozódik, mások figyelmeztethetnek a rákra, a depresszióra, esetleg az ittas vezetésre (Blackwell, 2018). Ezek az üzenetek hasonló mechanizmusokon alapulnak, mint a dohánycsomagolásokon látható grafikus figyelmeztető képek (Al-hamdani, 2014). Bár vegyes eredmények születtek az ilyen címkék alkoholos ital fogyasztásra gyakorolt hatásáról (Stockwell, 2006, Wilkinson és Room, 2009), számos közlemény kimutatta, hogy ez az alacsony költségű, lakossági szintű megközelítés effektíven növelheti a tudást (Maynard, et. al., 2018, Stockwell, 2006) csökkentik a termék pozitív megítélését (Al-hamdani és Smith, 2015), a fogyasztók támogatják a termékekbe való beillesztését (Annunziata, 2016, Blackwell és Cooke, 2021). A dohánytermékek csomagolásához viszonyítva az alkohalcímkék hatékonyságát növelő faktorokkal kapcsolatos vizsgálatok korlátozottabbak (Blackwell, 2018), valamint a legtöbb cikk változatos formátumú címkéket kutató (Hassan & Shiu, 2018). Az eredmények azt sugallják, hogy a leginkább hatékony címkék jól láthatóan vannak elhelyezve (Coomber és mtsai, 2018), valamint előnyösebbek a konkrét, nem az univerzális üzenetek (Miller, 2016, Pettigrew, 2014), amik erőteljesen megfogalmazottak (Coomber et al., 2018, Hall, 2019) negatívan keretelve (pl. „minden alkoholfogyasztás károsítja az agyat”), (Jarvis és Pettigrew, 2013), esetleg kérdésekként feltéve (pl. „Valóban azt akarod, hogy az alkohol segítsen feloldani a gátlásaidat?” (Krischler és Glock, 2015).) Egyéb tanulmányok

alátámasztják a képek (Jones és Gregory, 2009), beleértve a grafikus (Coomber, 2015), esetleg a képi figyelmeztetéseket (Krischler és Glock, 2015) beillesztésének hatékonyságát. A kockázatok megváltoztathatják az attitűdöket és a viselkedést (Clarke, 2021, Wigg és Stafford, 2016) például egy online italválasztási tanulmányban a rákos üzenetek növelték a negatív érzelmi izgalmat, ami csökkentette a termékek fogyasztását (Clarke, 2021). Az ilyen negatív érzelmek nem váltak át viselkedésváltozássá ugyanazon csoport vásárlási laboratóriumi feladatában (Pechey, 2020). Az International Alliance for Responsible Drinking (2019) 37 országot sorol fel, ahol kötelező az alkohol-egészségügyi információs címkék feltüntetése, köztük az Egyesült Államok, valamint néhány ázsiai, európai, afrikai és dél-amerikai ország. Az ezekre a címkékre vonatkozó korlátozások nagyon változatosak, például a méret (például El Salvador, ahol a figyelmeztetéseknek a címke felületének 10%-át kell elfoglalni), az ital típusa (például Németország, ahol a címkék csak az alkoholos italokon kötelezőek) vagy a százalékos arányon alapuló korlátozások. Alkohol mennyiségben (ABV; pl. Mexikó, ahol egy korlátozás vonatkozik az ABV alapján). Más országokban, például Japánban, Ausztráliában és Új-Zélandon ezeknek a címkéknek a feltüntetése önkéntes (IARD, 2019, Food Standards Australia New Zealand, 2020). Mivel ilyen eltérések vannak világszerte – az ivási kultúra (Ferris, 2019, Labhart, 2017), a címkepolitikai követelmények (Blackwell és Cooke, 2021, Winstock, 2020) és az ivás csökkentésének motivációi (Davies, 2017), feltárása és indokolt az egészségügyi figyelmeztetésekre adott válaszok országonkénti összehasonlítása annak megértése érdekében, hogy ezek az eltérések nem befolyásolják-e a tudást és a magatartást. Tanulmányunk eredményei felhasználhatók arra, hogy azonosítsuk azokat az országokat, amelyek számára előnyös lenne, ha alkoholtermékeikhez címkét adnának, és hogy mely címkék lennének a leghasznosabbak az alkoholfőcímék bevezetésekor.

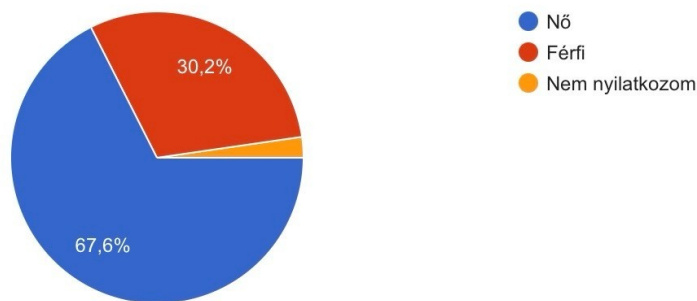
(Emma L. Davies, David R. Foxcroft, Cheneal Puljevic, & Adam R. Winstock, 2022)

AZ ÚJ RENDELET

A '2021/2117/EU RENDELET' alapján minden olyan bort melyet 2023. december 8. után állítottak elő és címkéztek fel fel kell tüntetnie az összetevőkre, az allergénekre, az energiára, intoleranciára és a tápértékre vonatkozó információkat. A többi előírt információ, például az összetevők listája, opcionálisan például QR-kóddal is megadható. A jogszabály szerint a nem megfelelő borokat ki kell vonni a forgalomból, és szankciók is alkalmazhatóak.

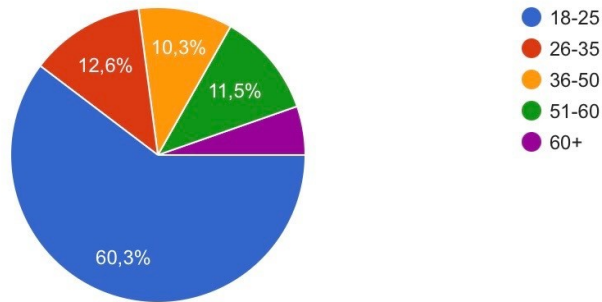
ANYAG ÉS MÓDSZER

A 'Borcímkére vonatkozó követelmények' című kérdőívem célja a célcsoportok véleményének feltárása, a borok címkézésének és az új rendeletnek a fontosságáról. A felmérést 2024 tavaszán végeztem, internetes platformokon, az anonimitást és önkéntességet biztosítva. A kérdőív 19 feleletválasztós kérdésből állt, 262 fő töltötte ki. A demográfiai adatok rész első kérdésénél 'Az Ön neme?' (ábra 1) kiderült, hogy a kitöltők 67,6%-a nő, 30,2 %-a férfi és 2,2 %-a a 'nem nyilatkozom' opciót választotta. Ezzel arra következtetek, hogy a nők érdeklődését általánosságban jobban felelti a tudatos táplálkozás akár italok fogyasztása esetében is, illetve a nők ezáltal nagyobb válaszadási hajlandóságot mutattak, mint a férfiak.



ábra 1
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

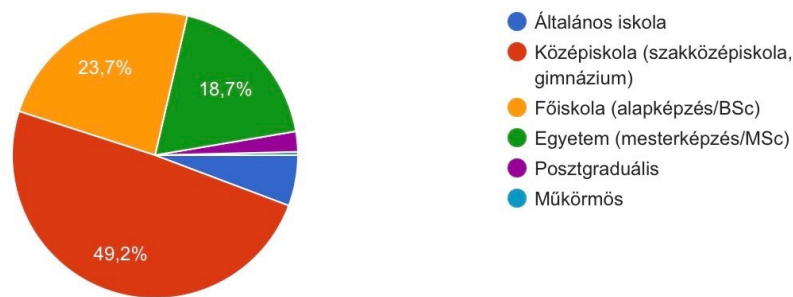
A 2. kérdés (ábra 2) kitöltők életkoráról biztosít információt. A kor szerinti csoportosításból kiderült, hogy a kitöltők több, mint a fele 60,3 %-a 18 és 25 év közötti, fiatal felnőtt, feltehetően egyetemi hallgató társaim. Érdemes kiemelni, hogy 51-60 éves korosztályhoz is eljutott a kérdőívem, sőt még 60 év feletti kitöltő is volt. Jelen esetben nem volt 18 évnél fiatalabb kitöltő, amit a borfogyasztásról szóló téma indokol.



ábra 2
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

A 3. kérdésre (ábra 3) (Az Ön legmagasabb iskolai végzettsége) adott válaszokból a kitöltők iskolai tanulmányait ismerhettem meg. A kitöltők majdnem fele, 49,2 %-a, középiskolát elvégzett személy, feltehetőleg, akik jelenleg egyetemisták és még nem végezték el a képzést. Nagy

számban töltötték ki főiskolát elvégzett személyek is, 23,7 %, illetve 18,7 % egyetemett végzett kitöltőm is volt. Lehetőséget nyitottam a kérdőívben más végzettség beírására is, melyből lett egy műkörmös kitöltőm is, illetve általános iskolát végzett kitöltőm is volt, emellett magasabb tanulmányokat befejező is. Ezzel arra következtetek, hogy végzettségtől függetlenül fontos az emberek számára, hogy pontos ismeretet kapjanak egy bor tápanyagtartalmáról.

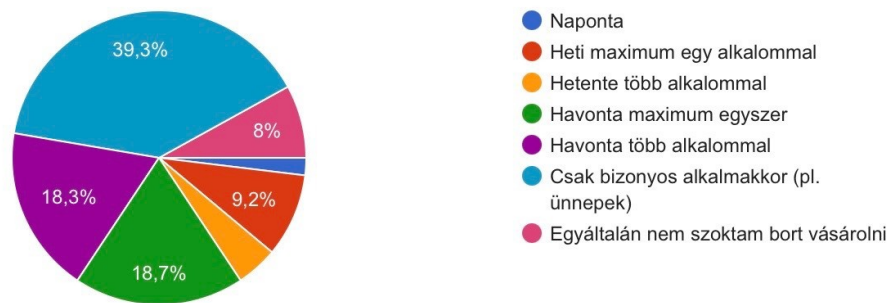


ábra 3

Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

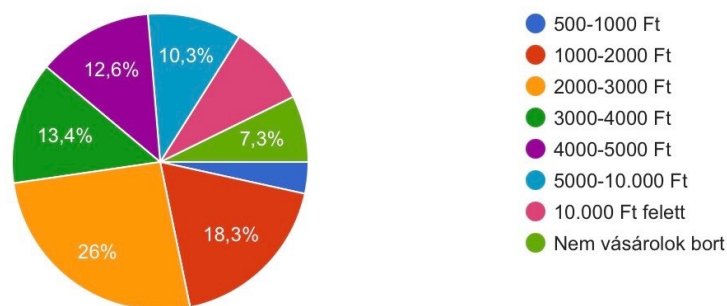
A 'Borfogyasztási- és vásárlási szokások' rész első kérdésére (ábra 4) (Ön milyen gyakran szokott bort vásárolni?) a kitöltők nagy része 39,3 %-a csak bizonyos alkalmakkor vásárol bort, például ünnepekkor. Ezt követően, nagy részben a kitöltők 18,7 %-a havonta maximum egyszer, illetve 18,3 %-a havonta akár töb alkalommal is vásárol bort. Ezt követi a heti maximum egyszerre vásárló, a kitöltők 9,2 %-a, illetve érdemes megemlíteni, hogy 8 %-uk egyáltalán nem vásárol bort, de ennek ellenére is kitöltötte a kérdőívet, feltételezendő tehát, hogy bármilyen

gyakorisággal is vásárolnak a kitöltők bort, az új rendelet fontossága felkeltette az érdeklődésüket.



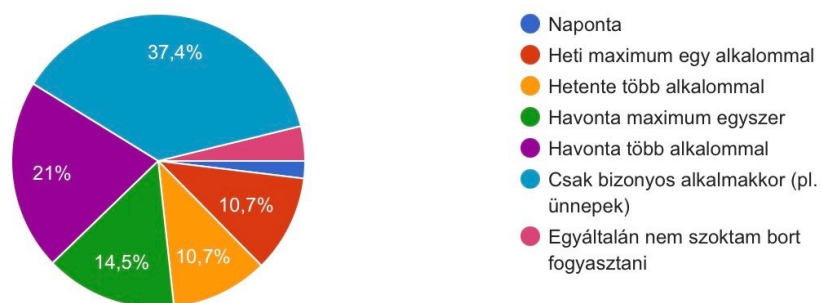
ábra 4
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

A második kérdésben (ábra 5) arra voltam kíváncsi milyen árkategóriájú borokat vásárolnak a kitöltőim, melyből az az adat született, hogy változatos skálán mozog az erre fordított összeg, viszont nagy részt közép árkategóriájú borokat vásárolnak, 26 %-uk 2 és 3 ezer Forit közöttit. Ezt követi 18,3 %-uk akik az olcsóbb kategória kedvelői 1 és 2 ezer Forintot költenek borra, ennél olcsóbbat már csak kevesen vásárolnak. 3-tól 10 ezer forintig hasonló szamban mozog a kitöltők aránya, illetve 10 ezer Forint fölötti bort vásárló kitöltőm is volt. Ezzel arra a következtetésre jutottam, hogy a kitöltőim zöme közép árkategóriájú borokat kedvel.



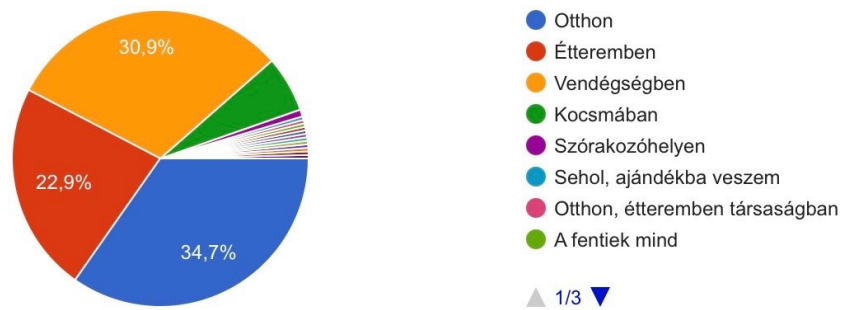
ábra 5
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

A harmadik kérdésem (ábra 6) ('Ön milyen gyakran fogyaszt bort?') a vásárlók borfogyasztási gyakoriságára tért ki. Hasonló eredmény született, mint a brvásárlás gyakorisága kérdésnél, mivel a kitöltők nagy része, 37,4 %- a, csak bizonyos alkalmakkor fogyaszt bort. Az ezt követő adat 21%-uk viszont havonta akár több alkalommal is fogyaszt bort. 14,5%-uk havonta maximum egyszer, illetve megegyező számban fogyasztanak a kitöltőim heti maximum egyszer, vagy akár hetente több alkalommal. Mivel magas szában voltak kitöltőim, akik havonta több alkalommal is fogyasztanak bort, arra enged következtetni, hogy nagyon fontos a borok címkéjén feltűntetni a tápértékjelzőket, mivel sok ember számára fontos tényező lehet borvásárlásakor.

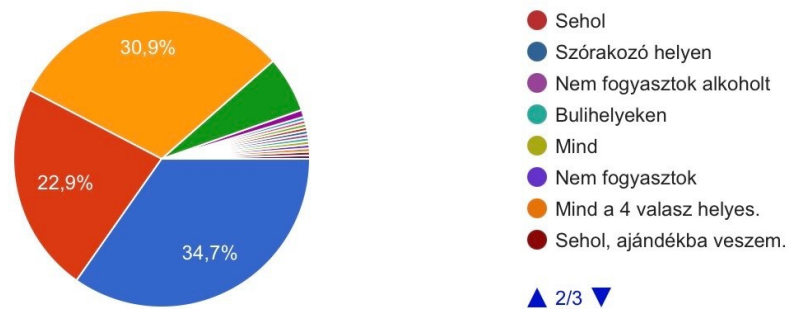


ábra 6
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

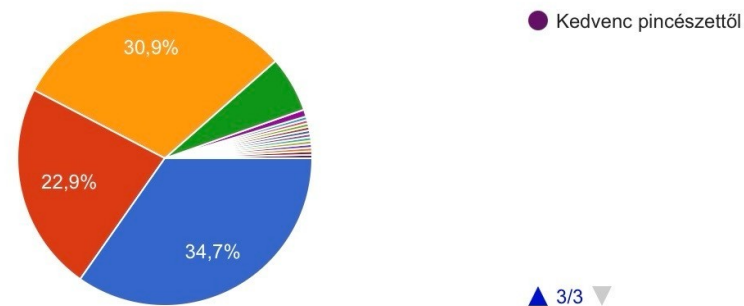
A következő kérdésem (ábra 7.1; ábra 7.2; ábra 7.3) ('Ön hol szokott bort fogyasztani?') a kitöltők kedvelt helyszíneit tárta fel borfogyasztáshoz. Több eltérő válasz is született, személyes preferencia révén, viszont a kitöltők nagy része 34,7 %-a otthon szeret bort fogyasztani. Ezt követi 30,9 %-uk akik vendégségben, illetve 22,9 %-uk étteremben. Ennek az az oka lehet, hogy a kitöltőim nagy része alkalmakkor preferálja a bor fogyasztását és ezt a született eredmény alátámasztja.



ábra 7.1
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

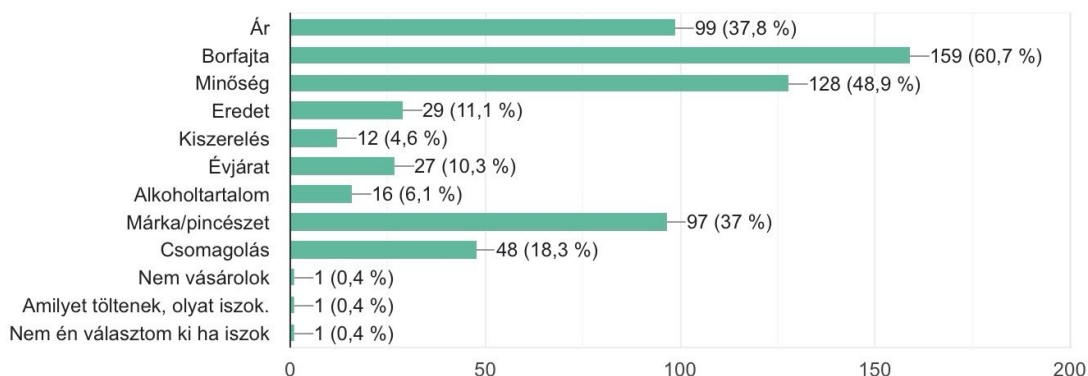


ábra 7.2
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)



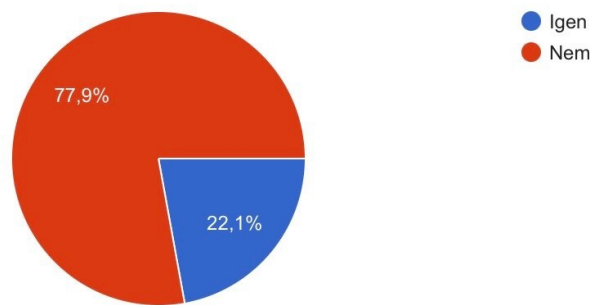
ábra 7.3
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

A kérdőívem egy érdekes kérdése (ábra 8) az 'Ön mi alapján választ bort?', mivel a kitöltők nagy része 60,7 %-a borfajta alapján választ bort. Ezt követi a minőség alapján történő döntés, melyet 48,9 %-uk alkalmaz vásárláskor. Az ár, illetve márka/pincészet is fontos a kitöltőim 37,8-37 %-nak. 18,3 %-uk csomagolás alapján választ bort. Ezekből arra következtetek, hogy fontos a vásárlók számára a megfelelő bor kiválasztása és ez gyakran a címkére hagyatkozva történik meg.



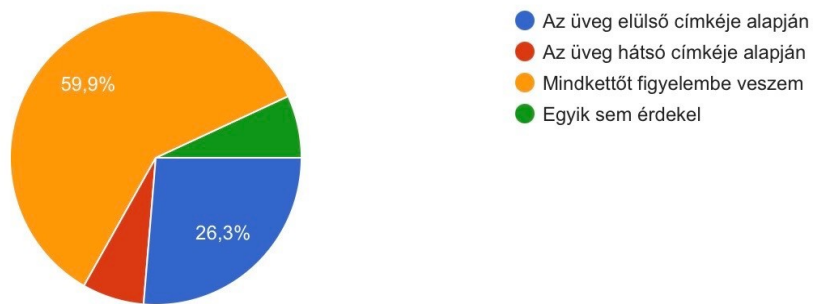
ábra 8
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

A kérdőív harmadik része az új rendelettel kapcsolatos kérdéseket (ábra 8) tartalmazza. Az első kérdéssel 'Ön hallott már az új rendeletről, miszerint 2023. december 8-tól kezdve minden olyan, az EU-ban értékesített borra, amelyet nem az említett időpont előtt állítottak elő és címkéztek fel, új címkézési követelmények vonatkoznak majd?' a kitöltőim tájékozottságát szerettem volna felmérni az új rendelettel kapcsolatban. A kitöltők 77,9 %-a még nem hallott az új rendeletről, ami várható adat, mivel nem rég lépett életbe az új szabály, viszont értékelendő, hogy 22,1 %-uk már hallott róla.



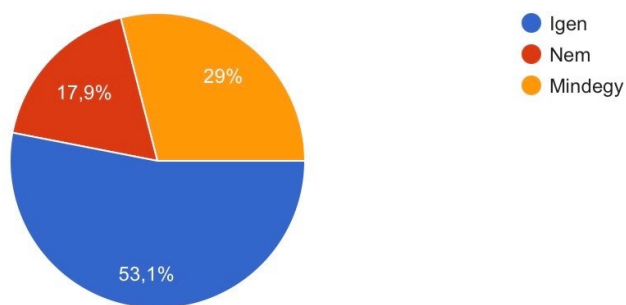
ábra 8
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

A következő kérdésem (ábra 9) 'Borvásárlás során az üveg melyik címkéje alapján szerez információt a termékről?' a címkézéssel kapcsolatos volt, ugyanis kíváncsi voltam a vásárlók melyik címkét helyezik előtérbe információgyűjtés céljával. Az az eredmény született, hogy a vásárlók nagy része, 59,9 %-a, mindkét oldalon lévő figyelembe veszik, illetve 26,3 %-uk az elülsőre nagyobb figyelmet fordít. Az üveg hátsó oldalán lévőre kisebb hangsúlyt fektetnek a vásárlók, illetve kevesen választották az az opciót kitöltés során, hogy nem veszik figyelembe egyik címkét sem. Ebből azt szűrtem le, hogy a vásárlók számára fontos az információszerzés a borokkal kapcsolatban, és akik erre nagyobb hangsúlyt fektetnek, informálódnak mindkét címkéről.



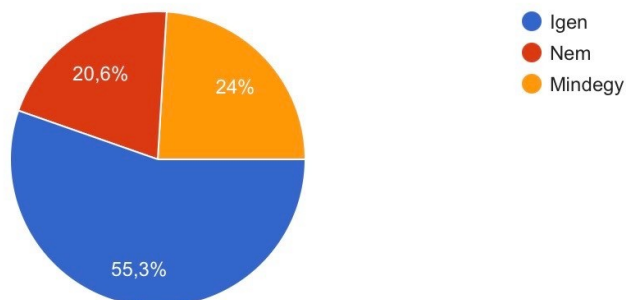
ábra 9
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

A következő kérdés (ábra 10) 'Ön szerint hasznos lenne a tápérték feltüntetése a borok címkéjén?' a tápértékjelölés relevanciájára irányult. A kitöltők 53,1 %-a igennel válaszolt, tehát számukra fontos a tápértékjelölés. 29 %-uk számára mindegy, illetve 17,9 %-uk számára nem lenne hasznos a borok tápértékének feltüntetése, feltehetően élvezeti cikk gyanánt fogyasztják, ezért nem fektetnek különösebb hangsúlyt a tápértékre.



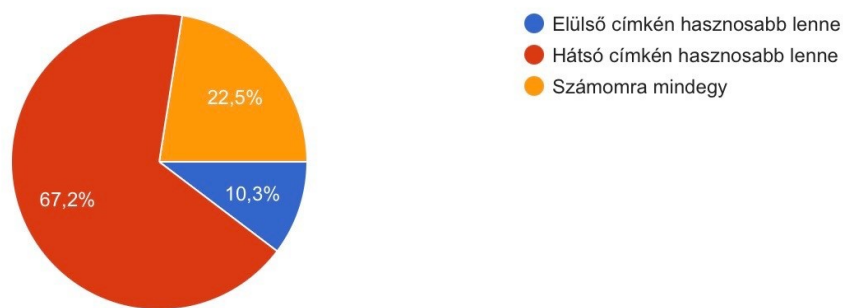
ábra 10
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

A következő kérdésből (ábra 11) 'Ön számára hasznos lenne az energia (kJ/kcal) érték feltüntetése a borok címkéjén?' Kiderült, hogy a kitöltők több mint felének, 55,3 %-nak fontos lenne az energia értékek feltüntetése a borok címkéjén, tehát ebből arra a megállapításra jutottam, hogy az új rendelet sok ember szám'ra megkönnyíti a borvásárlást.



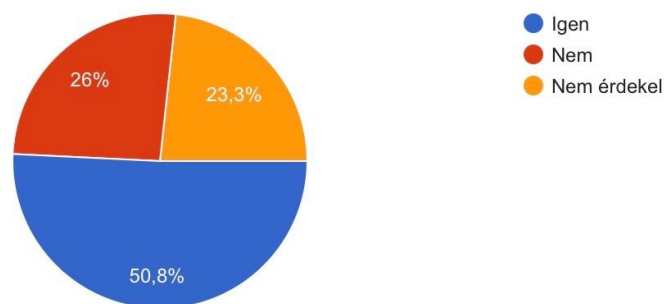
ábra 11
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

A következő kérdésekre (ábra 12) 'Ön szerint az elülső vagy a hátsó címkén lenne hasznosabb feltüntetni a kJ/kcal értéket?' azt a választ kaptam, hogy a vásárlók túlnyomó többsége, 67,2 %-a a hátsó címkén preferálná az energia érték feltüntetését. Ennek az lehet az oka, hogy az élelmiszerek esetében megszokták a vásárlók, hogy ez az információ a hátsó címkén van, és így ezt találják a legegyszerűbbnek borok esetén is.



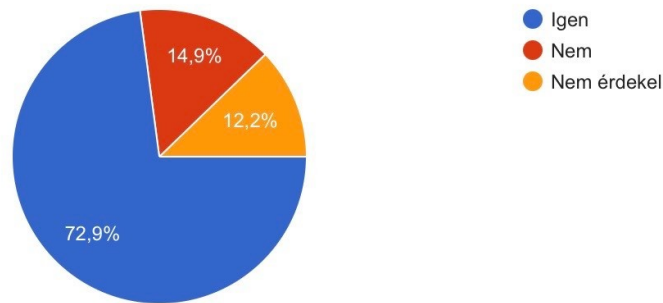
ábra 12
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

A következő kérdéssel (ábra 13), mivel a rendelet lehetővé teszi, rákérdeztem arra is, hogy 'Könnyebbséget okozna, ha az összetevőkre és a tápértékre vonatkozó információk elektronikusan, QR-kódon vagy webes hivatkozáson keresztül is megtalálhatóak lennének?'. A kitöltők több mint felének 50,8 %-nak könnyebbséget okozna, tehát ez egy jó megoldás lehet az összetevőkre és a tápértékre vonatkozó információk ismertetésére.



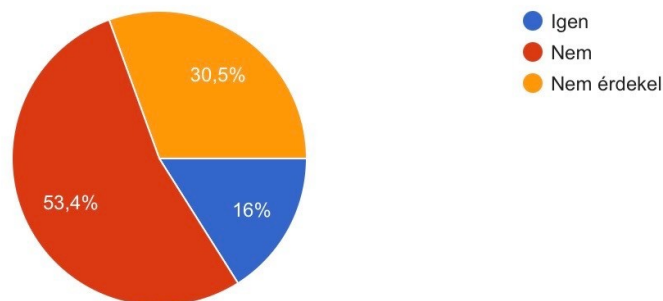
ábra 13
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

A következő kérdéssel (ábra 14) 'Ön egyet ért azzal, hogy a jogszabály szerint a nem megfelelő borokat ki kell vonni a forgalomból?' arra voltam kíváncsi, hogy a fogyasztók számára mennyire fontos az új rendelet betartása. Azt az eredményt kaptam, hogy fontos mivel 72,9 %-uk igennel válaszolt a kérdésre. Ebből azt feltételezem, hogy szívesebben vásárolnának olyan bort, mely megfelel a rendeletnek.



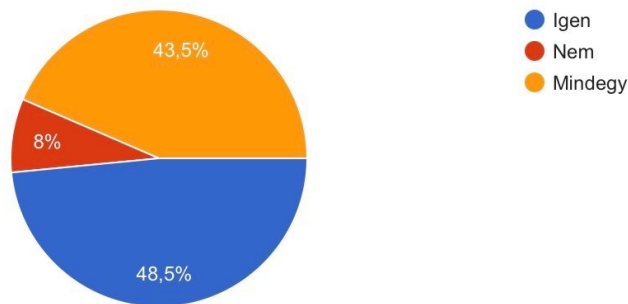
ábra 14
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

Az ezt követő kérdéssel (ábra 15) 'Ön egyet ért azzal, hogy a sör és a szeszes italok nem tartoznak a frissített rendelet hatálya alá?' kitértem a szeszes italokra összességében. Hasonlóan az előző kérdésre kapott válaszokhoz, a kitöltők nagy része 53,4 %-a nem ért egyet azzal, hogy csak a borok tartoznak az új rendelet hatálya alá. Ennek az lehet az oka, hogy szívesebben fogyasztanak olyan sört vagy szeszes italt, mely el vannak látva minden összetevőre vonatkozó információval.



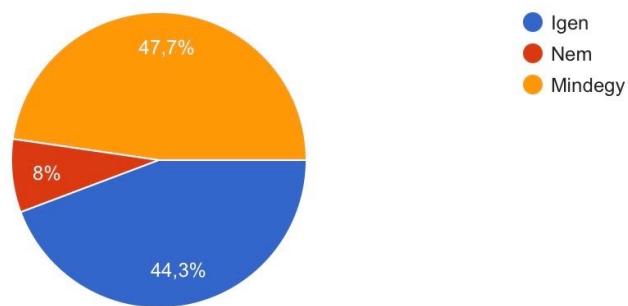
ábra 15
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

A következő kérdéssel (ábra 16) 'Szívesebben vásárolna olyan bort, mely megfelel az új rendeletnek?' az előző felvetésemet szerettem volna bizonyítani, miszerint a fogyasztók szívesebben vásárolnának olyan bort mely megfelel a rendeletnek. Ez bebizonyosodott, mivel majdnem a kitöltők fele, 48,5 %-a igennel válaszolt.



ábra 16
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

Az utolsó kérdéssel (ábra 17) 'Szívesebben vásárolna olyan sört vagy szeszes italt, mely megfelel a rendeletnek?' az előző felvetésemet szerettem volna bizonyítani, miszerint a fogyasztók szívesebben vásárolnának olyan sört vagy szeszes italt mely megfelel a rendeletnek, viszont itt a többség számára a kitöltők 47,7 %-nak vásárláskor ez mindegy, de nem sokkal kevesebben 44,3 %-uk válaszolta azt, hogy igen, tehát a felvetésnek volt relevanciája.



ábra 17
Borcímkére vonatkozó követelmények-kérdőív (forrás: saját forrás)

Összefoglalás:

A jelenlegi borfogyasztási szokások tanulmányozása volt a célom, illetve feltárni, hogy a tápértékjelölések a borok esetében milyen módon lenne ideális a fogyasztók számára. Azt a konklúziót vontam le a személyes meggyőződéseket, attitűdöket, valamint múltbeli tapasztalatok figyelembe véve, hogy a fogyasztók számára hasznos lenne a tápértékjelöléseket

és a kalóriatartalmat feltűntetni a borok címkéjén. Preferálják az informálódást elülső és hátulsó címkéről egyaránt, viszont az élelmiszerekhez hasonlóan a boroknak is a hátsó címkéjén olvasnák szívesen a tápérték tulajdonságokat. 'Könnyebbséget okozna a vásárlók számára, ha az összetevőkre és a tápértékre vonatkozó információk elektronikusan, QR-kódon vagy webes hivatkozáson keresztül is megtalálhatóak lennének. Fő célkitűzés emelett a vásárlási szándék megismerése, valamint az újabb rendelet erre gyakorolt hatása. A vásárlási szándékot pozitív irányba tereli mindenképp az új rendelet, főleg a borok esetében, mivel a fogyasztók szívesebben nyúlnának olyan borok után melyek a rendeletnek megfelelő előírások betartásával készültek.

MELLÉKLET

Köszönetnyilvánítás

Ezúton is szeretnék köszönetet mondani konzulensemnek, Szakál Dorinának, hogy szakmai tudásával, tanácsaival és emberséges hozzáállásával végig segítette a munkámat a szakdolgozatom elkészítése során.

HIVATKOZÁSOK: (EMMA L. DAVIES, DAVID R. FOXCROFT, CHENEAL PULJEVIC, & ADAM R. WINSTOCK, 2022) (EVA-MARIA SCHRUFF-LIM, ELLEN J. VAN LOO, ELLEN VAN KLEEF, & HANS C.M. VAN TRIJP, 2023) (GRUNERT, 2010) (K. & SIVAKUMAR, 2023) (KLAUS G. GRUNERT, JOSEPHINE M. WILLS, & LAURA FERNÁNDEZ-CELEMÍN, 2010) (LAURA BIX, NORA M BELLO, & CHAD PELTIER, 2015) (CODEX ALIMENTARIUS HUNGARICUS) (DÉSIRÉE HAGMANN & MICHAEL SIEGRIST, 2020)

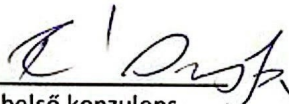
NYILATKOZAT

Gulaci Zsófia (név) (hallgató Neptun azonosítója: Q3VO4A) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót¹ áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A záródolgozatot/szakdolgozatot/diplomadolgozatot/portfóliót a záróvizsgán történő védésre javaslom / nem javaslom².

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem^{*3}

Kelt: 2024 év 04 hó 29 nap


belső konzulens

¹ A megfelelő dolgozattípus meghagyása mellett a többi típus törölendő.

² A megfelelő aláhúzendő.

³ A megfelelő aláhúzendő.

NYILATKOZAT

a záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió nyilvános hozzáféréseiről és eredetiségéről

A hallgató neve: Gulaci Zsófia

A Hallgató Neptun kódja: Q3VO4A

A dolgozat címe: Borcímkeire vonatkozó követelmények

A megjelenés éve: 2024

A konzulens intézetének neve: Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

A konzulens tanszékének a neve: Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Vállalati Gazdaságtan

Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott záródolgozat/szakdolgozat/diplomadolgozat/portfólió egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, és az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

Ha a fenti nyilatkozattal valótlant állítottam, tudomásul veszem, hogy a záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkor szellemi tulajdon-kezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumba. Tudomásul veszem, hogy a megvédett és

- nem titkosított dolgozat a védést követően

- titkosításra engedélyezett dolgozat a benyújtásától számított 5 év eltelte után

nyilvánosan elérhető és kereshető lesz az Egyetem MATER Hallgatói Dolgozatok repozitóriumban.

Kelt: 2024 év 04 hó 27 nap

gulaci

Hallgató aláírása

