

X. Minőségmenedzsment az élelmiszeriparban, 2009

A PICK Szeged Szalámigyár és Húsüzem Zrt. vezetése még 2000-ben felajánlotta egy élelmiszer minőségmenedzsment tárgyú egész napos szakmai konferencia megszervezésében való aktív közreműködését. Az akkor nagy sikerrel zárult rendezvény az elmúlt évtized alatt immár hagyománnyá vált: a PICK Szeged és az EOQ Magyar Nemzeti Bizottság Élelmiszeripari Szakbizottsága szervezésében évről-évre az őszi hónapokban megrendezésre kerül egy egynapos konferencia, amely az élelmiszerszabályozás időszerű kérdéseivel foglalkozik, különös tekintettel az élelmiszerek biztonságára és minőségére.

Dr. Molnár Pál levezető elnök, az EOQ Magyar Nemzeti Bizottság elnöke köszöntőjében felhívta a figyelmet arra, hogy az ideai „Minőségmenedzsment az élelmiszeriparban, 2009” című, sorrendben a X. szegedi rendezvény 2009. november 12-én összekapcsolódik a PICK Szeged Szalámigyár és Húsüzem Zrt. megalapításának 140 éves jubileumával, amely kiváló alkalmat nyújt a cég múltjának felidézésére, jelenének bemutatására és jövőjének körvonalazására. A kétszeresen jubileumi esemény megteremtí a lehetőségét annak is, hogy az egész élelmiszeripar jövőképe felrajzolódjon, és rálátást kapjunk a szegedi felsőfokú szakemberképzés perspektíváira, továbbá az uniós minőségpolitika és a jogi szabályozás egyes aktualitásaira, az élelmiszer marketing, a hagyományos élelmiszerek, valamint a kis- és közepes vállalkozások jövőbeli lehetőségeire, mint például a Slow Food/City és más korszerű nemzetközi kezdeményezésekbe való aktív bekapcsolódás.

A levezető elnök jelezte azt is, hogy az említett kétszeres jubileum (a PICK Szeged alapításának 140. évfordulója és a X. éves konferencia megrendezése) mellett november második hetének csütörtöki napján van a „Minőségügyi Világnap” és ekkor kerül megtartásra az Európai Minőség hét, amelynek gondolatát – az ASQ (Amerikai Minőségügyi Szervezet), az EOQ és a JUSE (Japán Tudósok és Mérnökök Egyesülete) 1986 évi kezdeményezése alapján – éppen 20 évvel ezelőtt, 1989-ben fogadta el az ENSZ.

Gyaraky Zoltán főosztályvezető, FVM Élelmiszerlánc-elemzési Főosztály: **Az élelmiszeripar megújulási lehetőségei**

Az Európai Unióban 2007-ben az élelmiszer- és az itálipar termelési értéke meghaladta a 913 milliárd eurót, a feldolgozóiparon belüli 14%-os részesedése alapján az ágazat az első helyen állt. A szektorban foglalkoztatottak száma elérte a 4,3 millió főt, ez az összes alkalmazásban állók 1,7%-át tette ki. Az élelmiszeripari vállalkozások száma 308 ezer volt. Az élelmiszeripari tevékenység 90%-át a korábbi EU15-ök adták; a KKV-k a termelési érték több mint 50%-át állították elő. A Bizottság High Level Group 2008. június 12-i jelentése tényeket közöl az ellátási láncról:

- Az EU 15 millió gazdaságából 2,5 millió adja a termelés 80%-át – koncentráció!
- Az élelmiszeriparban a nagyvállalkozások aránya 0,9%, termelési érték arányuk 51,5%, a foglalkoztatásból 37%-al részesülnek.
- A kereskedelem főként a fogyasztók igényeire koncentrál. Nő a nagykereskedők és a kereskedelmi koncentrációk aránya. Általában országonként 5 kiskereskedelmi lánc a piac 50%-át lefedi.
- Az élelmiszerlánc hatékonysága és K+F aránya alacsony.

A globalizáció kapcsán élesen merül fel a nyersanyagokhoz való hozzáférés kérdése és megjelenik a struktúraváltás igénye is: hogyan lehet megfelelni az életstílus, a jövedelmek, a biztonság és az egészségügyi megfontolások fogyasztói elvárásainak. Bonyolult EU szabályozás próbál eleget tenni a fenntartható és az etikus termelés iránti igénynek, miközben terjednek az új technológiák és nagy a szükséglet a megfelelően képzett szakemberek iránt.

Az élelmiszeripar helye és helyzete Magyarországon:

- 2008-ban 2081 milliárd HUF bruttó termelési érték, 7 milliárd HUF adózás előtti eredmény (ÉFOSZ).
- Folytatódott a bruttó termelési volumen csökkenése (-7,3%).
- A belföldi értékesítés 9,3%-al, az export 2,5%-al csökkent, miközben az import 7%-al nőtt.
- A foglalkoztatottak száma 101 ezer főt tett ki, ez 1,2%-os csökkenésnek felel meg.
- A vállalkozások száma 8322, ezek 95%-a kisvállalkozás (KSH).
- Az EU25-ből a magyar termelés tartósan 1% körüli, ezzel a 16. helyen állunk.

Megállapítható, hogy a magyar élelmiszeripar az európai élelmiszerfeldolgozás lényeges tényezője; fontos, hogy a jövőben is a magyar gazdaság kiegyensúlyozott, versenyképes szereplője, a feldolgozóipar éllovasa legyen. A jövő kulcskifejezése a VERSENYKÉPESSÉG. Ezt szolgálja a Magyar Nemzeti Élelmiszertechnológiai Platform és más stratégiai ajánlások. A magyar élelmiszeripar megújulását célzó főbb javasolt intézkedések közül a következők emelendők ki:

- A vállalkozások működési lehetőségeinek javítása: a forgóeszközhitelk garanciális biztosítása és a hitelhez jutás feltételeinek egyszerűsítése, a csoportosulások előmozdítása, szerkezetátalakítási K+F programok támogatása.
- A biztonságos alapanyagellátás megteremtése: állattartók takarmánytermő területének rendezése, növénytermesztők önszerveződésének támogatása, a feldolgozók számára földhasználati jog biztosítása a saját alapanyag bázishoz.
- Termelési, piaci együttműködések, társulások: kölcsönös előnyökön nyugvó hosszútávú szerződéses kapcsolatok a mezőgazdasági termelőkkel, komplex együttműködés a termelők és a feldolgozók, valamint az idegenforgalom között, a társulások és a szövetkezetek támogatása, regionális tudásközpontok a KKV-k piacra jutásának elősegítésére.
- Minőségpolitika, imázs-alakítás, piacépítés: EU terméktanúsítások, nemzeti védjegyek és állami elismerések, új értékesítési csatornák felkutatása, vertikális minőségirányítási és nyomonkövethetőségi rendszerek kialakítása, a feketegazdaság hatékonyabb visszaszorítása.
- Oktatás, képzés, fogyasztói tájékoztatás: gyakorlatorientált alap- és továbbképzések, fogyasztói tudatformáló kampányok, kiterjedt táplálkozási és higiéniai oktatás az alap- és középfokú képzésben.

Dr. Véha Antal* dékán, SZTE Mérnöki Kar: **Élelmiszeripari szakemberképzés az SZTE Mérnöki Karán*

A Szegedi Tudományegyetem a leginkább gyakorlat orientált felsőoktatási intézmény Magyarországon. A középmeretűnek számító Mérnöki Kar 2000. január 1-én alakult meg a 12 karral működő, egységessé vált, integrált egyetemen belül (jogelődje, az önálló Szegedi Élelmiszeripari Főiskola 1962-ben jött létre a Szegeden és Budapesten működő felsőfokú élelmiszeripari technikumok összevonásával). Mélyreható tudományos munka folyik az elméleti és a gyakorlati

ismeretek továbbfejlesztésére és hatékony átadására. A Mérnöki Kar évente 350–360 elsőéves hallgatót vesz fel, a Kar összes hallgatóinak száma 1700–2000 fő.

A Mérnöki Karon jelenleg a következő egyetemi alap-, illetve mesterszakokon folyik képzés:

Egyetemi alapszakok (BSc)

- Élelmiszermérnök
- Műszaki menedzser
- Mezőgazdasági és élelmiszeripari gépészmérnök
- Gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök
- Környezetmérnök, anyagmérnök és biomérnök (az SZTE Természettudományi és Informatikai Karával közösen)
- Informatikus és szakigazgatási agrármérnök (2010. szeptemberétől)

Egyetemi mesterszakok (MSc)

- Okleveles élelmiszermérnök

Szakirányú továbbképzési szakok

- Higiénikus szakmenedzser
- Minőségügyi rendszermenedzser

A 2009/10-es tanévtől kezdődően a Zrínyi Miklós Nemzetvédelmi Egyetem kihelyezett tagozatán is megindultak az alap- és mesterképzések (had- és biztonságtechnikai mérnök, katasztrófavédelmi és védelemigazgatási mérnök stb.). Jelenleg két élelmiszeripari szakközépiskolában folynak az élelmiszeripari menedzseri felsőfokú szakképzések is.

A Mérnöki Kar agrárprofilja a jövőben is megmarad, mivel – a családi gazdaságok és a kisvállalkozások előtérbe kerülésével – markáns igény jelentkezik az agrár felsőoktatási intézmények oktatási–kutatási rendszerének korszerűsítése és új alapokra helyezése iránt. A következő időszak kiemelt feladatai:

- A környezetgazdálkodási agrármérnök BSc. szakok akkreditálása
- A Kar képzési kínálatának növelése az agrárgazdaság, az informatika és a műszaki tudományok területén
- Angol nyelvű élelmiszermérnök BSc és MSc szakok bevezetése

Az SZTE Mérnöki Karán régi hagyománya van a tudományos diákköri tevékenységnek, emellett a hallgatók eredményesen szerepelnek különböző tanulmányi versenyeken is. Legutóbb 2009. júniusában az IAMA XIX. Élelmiszer- és Agrárgazdasági Világforum és Tudományos Szimpózium keretében a Kar hallgatóinak csapata a harmadik helyen végzett a rutinos Santa Clara Egyetem (USA) és a Guelph-i Egyetem (Kanada) mögött.

A Kar további fontos feladata, hogy profiljának megfelelően szoros kapcsolatot ápoljon a dél-alföldi régió vállalkozásaival (például a PICK Szeged Szalámigyár és Húsüzem Zrt.-vel), kutatás-fejlesztési és innovációs tevékenységével hozzájárulva a tudás alapú gazdaság fejlesztéséhez. A Karon létrehozott Innovációs és Technológia Transzfer Iroda kiemelt feladatát képezi a K+F aktivitás növelése elsősorban a gazdasági szereplők bevonásával és a pályázati lehetőségek kombinálásával. Néhány stratégiai jelentőségű kiemelt kutatási terület:

- Funkcionális élelmiszerek fejlesztése
- Kombinált energiaközlésű szárítás modellezése és fejlesztése
- Élelmiszeripari szennyvizek kezelése
- Agrár- és élelmiszeripari logisztika fejlesztése
- Kemometriai módszerek alkalmazása és továbbfejlesztése
- Műszeres színmérés élelmiszeripari alkalmazása

A Kar jelentős eredményeket ért el a hazai stratégiai kutatási programokban és a regionális szinten meghirdetett K+F pályázatokban; a pályázati lehetőségek egyre bővülnek. Most folyik például pályázati pénzekből egy 3300 m²-es vadonatúj épületkomplexum beruházása, ahol 2011-től kezdődően korszerű laboratóriumok is létesülnek majd. Infrastruktúra fejlesztésre és a laboratóriumok berendezésére 2–2,5 milliárd forint pályázati pénz áll rendelkezésre.

Dr. Molnár Pál levezető elnök átadta *Dr. Véha Antal* dékánnak az EOQ MNB oklevelét, amellyel a Mérnöki Kar Képzési Központként felsorakozik a Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem, valamint a Budapesti Műszaki Főiskola után az EOQ szakembertanúsítási rendszerébe. A Kar szakirányú továbbképzéseinek (Minőségügyi rendszermenedzser és Higiénikus szakmenedzser) végzettjei ezentúl automatikusan igényelhetik az „EOQ Minőségügyi Rendszermenedzser” illetve az „EOQ Élelmiszerbiztonsági Rendszermenedzser” oklevelet.

Kovács László elnök-vezérigazgató, PICK Szeged Szalámigyár és Húsüzem Zrt.: **A 140 éves PICK Szeged Zrt. múltja, jelene és a jövő stratégiája**

A vállalat őstét *Pick Márton* alapította 1869-ben az általa kifejlesztett téliszalámi gyártására. Az évtizedek során arany- és bronzérmeket nyertek a vilákiállításokon, majd 1939-ben egy új technológia segítségével lehetővé vált a téliszalámi előállítás nyáron is. Új távlatok nyíltak meg 1960-ban a szalámitorony felépítésével, ami lehetővé tette a nagy mennyiségben történő iparszerű gyártást. A tröszt/állami rendszerről levált PICK 1992-ben részvénytársasággá alakult és első élelmiszeripari vállalatként Magyarországon megtörtént a tőzsdéi bevezetés is. Azóta a gyárak száma és a termelés jelentősen kibővült, a PICK meghatározó húsipari vállalat lett egész Közép-Európában. Kialakították a szabvány szerinti minőségirányítási rendszert, megvetették lábukat a külföldi piacokon és számos nemzetközi díjat nyertek. 2005-ben a PICK *Dr. Csányi Sándor*, az OTP elnök-vezérigazgatójának tulajdonába került, majd a következő évben a DÉLHÚS beolvadt a PICK Szegedbe. Mindez lehetővé tette a fejlődési pályára állást, amit a Magyar Agrárgazdasági Minőségi Díj (MAMD) elnyerése 2009-ben fémjelez.

A PICK Szeged termelési tevékenysége jelenleg Magyarország területén öt telephelyen folyik, komoly logisztikai háttérrel. Az alsómocsoládi telepen található egész Közép-Európa legnagyobb szárazáru gyártókapacitása. Kialakult az integrált húsipari értéklánc a hizlalástól a feldolgozáson keresztül az értékesítésig. Az agrárholding keretein belül évente 300 ezer sertést állítanak elő, ez képezi a PICK alapanyag bázisát. A vállalat vezérterméke az eredetvédett, nemzetközileg elismert Hungarikum, a SZEGEDI TÉLISZALÁMI. A 140 éves múltra visszatekintő termék iránt ma is rendkívül nagy az érdeklődés. Ezen kívül a teljes húsipari termékpalettával és kizsereléssel jelen vannak az export piacokon is.

Kovács László elnök-vezérigazgató a MAMD önértékelési modell alapján részletesen ismertette a cégcsoport tevékenységének alapelveit, fő kritériumrendszerét. A nemzeti sikerek elérését a vezetés és a minőség szoros kapcsolata, valamint a menedzsment és az érdekképviselet együtt gondolkodása tette lehetővé. A tapasztalt és elkötelezett vezetői gárda kialakulása a PICK és a DÉLHÚS 2006. évi fúziójával egyidejűleg jól átgondolt, a stratégiai és az operatív előnyöket

előtérbe helyező szervezeti átalakítás eredménye. A PICK a legjelentősebb hazai agrárholding meghatározó része, az agrárium felé elkötelezett tulajdonossal és irányítással: stratégiája nem csak a vállalat szempontjait figyelembe vevő hosszú távú cselekvési terv, hanem a teljes vállalatcsoport érdekeit tekintetbe vevő iránymutatás. A minőségpolitika alap gondolata, hogy a PICK márka minősége mindig állandó maradjon! Ezt szolgálja az elkötelezett és szakképzett munkaerő biztosítására irányuló emberi erőforrás menedzsment. Az eredményes működés alapvető követelménye továbbá a rendelkezésre álló anyagi és nem anyagi jellegű források, valamint a stabil partnerkapcsolatok optimális kihasználása. Mindezek eredményeként a PICK árbevétele évről évre nő, lévén piacvezető a hazai húsipari ágazatban. A PICK SZEGED Zrt. rendelkezik a legerősebb hazai márkaportfólióval (PICK, DÉLHÚS, RINGA). A PICK a legismertebb magyar márkanév külföldön. A cég termékeit egyértelműen magas minőségű terméknek tekintik a fogyasztók; a vállalat új termékek bevezetésével és folyamatos kiszerezés fejlesztéssel igyekszik megfelelni a változó igényeknek.

Ősz Katalin vezető főtanácsos, FVM Élelmiszerlánc-elemzési Főosztály: **A Magyar Élelmiszerkönyv kiadásának új rendszere és más aktuális jogszabályok**

A Magyar Élelmiszerkönyv kötelező előírásait hatályba léptető első jogszabály a 40/1995 (XI.16.) FM rendelet volt, amelyre még az 1995. évi Élelmiszertörvény adott felhatalmazást. Ezek az élelmiszerkönyvi előírások szolgálták az EU tagságunkra való felkészülést. Csatlakozásunk után a közösségi rendelet alapján készült élelmiszerkönyvi előírásokat vissza kellett vonni: a 2004. május 1-ével hatályos előírások táblázatát az 56/2004 (IV.24.) FVM rendelet hirdette meg. Az első nemzeti termékleírásokat az 57/2004 (IV.24.) FVM rendelet tartalmazta, amely már a 2003. évi LXXXII. törvény felhatalmazása alapján jelent meg. Az élelmiszerbiztonságról és annak hatósági felügyeletéről 2008. évi XLVI. törvény megerősítette a Magyar Élelmiszerkönyv szerepét és egyértelművé tette, hogy a rendelettel közzétett előírások teljes szövegének meg kell jelennie a rendeletekben. Egy új, hamarosan megjelenő FVM rendelettel megkezdődik az Élelmiszerkönyv hatályos szövegének közzététele, majd ezen rendelet jövőbeli módosításaival könnyen követhetővé válnak a változtatások.

Az új rendelet elsősorban technikai jellegű módosítás lesz, melynek mellékletében jelennek meg az egyes előírások. A rendelet sorrendben a következő 12 mellékletet tartalmazza:

1. A Magyar Élelmiszerkönyv 1-1-90/496 számú előírása az élelmiszerek tápérték jelöléséről
2. A Magyar Élelmiszerkönyv 1-1-87/250 számú előírása a végső fogyasztóknak szánt alkoholtartalmú italok alkoholtartalmának jelöléséről
3. A Magyar Élelmiszerkönyv 1-2-94/35 számú előírása az élelmiszerekben használható édesítőszerekről
4. A Magyar Élelmiszerkönyv 1-2-94/36 számú előírása az élelmiszerekben használható színezékekről
5. A Magyar Élelmiszerkönyv 1-2-95/2 számú előírása az édesítőszereken és a színezékeken kívüli egyéb élelmiszer adalékanyagokról
6. A Magyar Élelmiszerkönyv 1-2-2008/60 számú előírása az élelmiszerekben használható édesítőszerek tisztasági követelményeiről
7. A Magyar Élelmiszerkönyv 1-2-2008/128 számú előírása az élelmiszerekben használható színezékek követelményeiről
8. A Magyar Élelmiszerkönyv 1-2-2008/84 számú előírása a színezékeken és édesítőszereken kívüli egyéb élelmiszer adalékanyagok tisztasági követelményeiről
9. A Magyar Élelmiszerkönyv 1-3-83/417 számú előírása az emberi fogyasztásra szánt tejfehérjékről (kazeinekről és kazeinátokról)
10. A Magyar Élelmiszerkönyv 1-3-2001/110 számú előírása a mézről
11. A Magyar Élelmiszerkönyv 1-3-2001/112 számú előírása a gyümölcslevekről és egyes hasonló, emberi fogyasztásra szánt termékekről
12. A Magyar Élelmiszerkönyv 1-3/13-1 számú előírása a húskészítményekről

A további előírások folyamatos számozással új mellékletként fognak megjelenni, addig az 56/2004 és az 57/2004 számú FVM rendeletek hatályban maradó előírásait kell alkalmazni.

Egy új FVM rendelet megjelenése várható a gyártmánylapokról is.

Szóllósi Réka vezető főtanácsos, FVM Élelmiszerlánc-elemzési Főosztály: **Az élelmiszerjelölésre vonatkozó uniós előírások rövid- és középtávon várható változásai**

Mivel az élelmiszerek jelölésén megjelenő információk meghatározó szereppel bírnak a vásárlói döntések meghozatalában, a fogyasztók érdekeinek az eddigieknél sokkal jobban kell érvényesülniük: világos, egyértelmű szabályozásra és olvasható, érthető jelölésekre van szükség. A Bizottság 2008-ban benyújtott javaslata az élelmiszereken feltüntetendő információkról a következő lényeges elemeket tartalmazza:

- A legfontosabb tudnivalók jól látható helyen legyenek, feltüntetésük könnyen érthető és olvasható legyen.
- Prioritást élvez a fogyasztó egészségének védelme és az egészséges táplálkozás elősegítése.
- A jelölés reagáljon flexibilisen a piaci változásokra és ne gátolja az innovációt.

A javaslat benyújtását széleskörű, az érintettekkel folytatott több éves konzultáció előzte meg. A parlamenti és tanácsi együttdöntési eljárás és kompromisszumkeresés hosszadalmassága miatt az új rendelet hatályba lépése leghamarabb 2010. végén, 2011. elején várható. A korábbi rendelkezések érvényben maradnak, de a fogyasztók fokozott védelme érdekében kötelezővé válik majd a tápértékjelölés és az előírt minimális betűmagyság (valószínűleg 1,2 mm). Továbbá szigorodnak az önkéntes jelölési szabályok is.

A tervezetben szereplő, csak magyar vonatkozású változás, hogy jogilag nem lehetséges a magyar dátumjelölési jogszabályok fenntartása a rendelettervezet hatályba lépését követően! A megoldás, hogy 2011. júliusától át kell térni a nap/hónap/év jelölési sorrendre, a szöveges sorrendmagyarázat azonban önkéntesen továbbra is alkalmazható lesz.

Ami az allergének jelölését illeti, annak fontosságában mindenki egyetért. Ezért a nem előre csomagolt élelmiszerekre is kiterjed majd annak kötelezettsége, bár azt szinte lehetetlen lesz majd az összes ilyen terméken alkalmazni. Az allergén jelölés ugyanakkor jelentős többletköltségeket és versenyhátrányt okozna különösen a kis- és középvállalatok számára; pedig ezek biztosítják az európai regionális specialitások fennmaradását és diverzitását. Nem mindig lehet megakadályozni a keresztszennyeződést sem, ezért egyes esetekben elegendő lehet majd „szóban tájékoztatni a fogyasztót”.

Hagyományos Élelmiszer Szekció

Levezető elnök: Pallóné Dr. Kisérdi Imola, az EOQ MNB Hagyományos Élelmiszer munkacsoport vezetője

Zobor Enikő szakmai tanácsadó, minőségpolitikai szakreferens, FVM Élelmiszerlánc-elemzési Főosztály: **Minőségpolitika az Európai Unióban – a Zöld Könyv eredményei**

Az EU minőségpolitikája nem más, mint a minőségi termékek elismerésének lehetősége az ún. élelmiszer-minőségi rendszerekben:

- származásuk (borok, szeszes italok, mezőgazdasági termékek és élelmiszerek),
- hagyományos különleges voltak és
- meghatározott – ökológiai gazdálkodás – szerinti előállításuk alapján.

A mezőgazdasági termékek és az élelmiszerek földrajzi árujelzői egy földrajzi egység (város, tájegység, régió stb.) és egy mezőgazdasági termék vagy élelmiszer nevéből tevődnek össze: például legutóbb a Bizottság felvette a Közösségi Nyilvántartásba a Makói hagymát. Összesen 853 db közösségi szinten elismert földrajzi árujelző létezik: a DOOR adatbázis (http://ec.europa.eu/agriculture/quality/database/index_en.htm) tartalmazza az összes bejegyzett és közzétett mezőgazdasági és élelmiszeripari termék leírását.

Az oltalom alatt álló eredetmegjelölés (OEM), illetve az oltalom alatt álló földrajzi jelzés (OFJ) valamely régiónak, meghatározott helynek vagy – kivételes esetben – országnak a neve, olyan mezőgazdasági termék vagy élelmiszer leírására használva, amely e régióból, meghatározott helyről vagy ezen országból származik. Eredetmegjelölés esetén az előállítás minden egyes lépésének a meghatározott területen KELL történnie. Amellett a földrajzi környezetnek (természeti + emberi tényezők) a termék minőségére vagy jellemzőire gyakorolt hatásának bemutatása is szükséges. Ezzel szemben a földrajzi jelzésnél elegendő, ha a termék előállításának EGYETLEN lépése történik az adott földrajzi területen; ilyenkor a meghatározott földrajzi terület és a termék hírneve közötti kapcsolatot kell igazolni. E területet – beleértve a borok és más szeszes italok földrajzi árujelzőit is – Magyarországon átfogóan a védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény szabályozza, de létezik részletesebb nemzeti szabályozás is.

A hagyományos különleges mezőgazdasági termékek vagy élelmiszerek olyan sajátos tulajdonsággal rendelkeznek, amely megkülönbözteti őket az azonos kategóriába tartozó más hasonló termékektől vagy élelmiszerektől. Hagyományosnak minősül az a termék, amely a közösségi piacon legalább egy nemzedéknyi időtartam, azaz 25 év óta jelen van.

Európai szinten napjainkban is tovább folyik a következetes minőségpolitika kialakítása, különösen az következők tekintetében:

- jobb kommunikáció a mezőgazdasági termelők, a felvásárlók és a fogyasztók között,
- a mezőgazdasági termékek minőségére vonatkozó jogszabályok jobb összehangolása egyéb vonatkozó közösségi jogszabályokkal.

Pallóné Dr. Kisérdi Imola szakmai tanácsadó, főtanácsos, FVM EU Koordinációs és Nemzetközi Főosztály: **Hagyományos és tájjellegű élelmiszerek jövője a globális piacon**

Az EOQ Magyar Nemzeti Bizottság keretében 2004-ben létrehozott Hagyományos Élelmiszer Munkacsoport célja: a hagyományos és tájjellegű termékek európai szintű hasznosítási stratégiájának továbbfejlesztése a fenntartható helyi boldogulás érdekében. A jelenleg közel 150 szakemberből álló Munkacsoport aktívan együttműködik más szervezetekkel (Nemzetközi Élelmiszer-technológiai Platform, Slow Food, IAMA, Magyar Védjegy Egyesület) is.

A hagyományos termékek minőségi ciklusán belül 4 szakasz különböztethető meg:

1. Azonosítás: a helyi tudás és a helyi potenciálok felmérése (kollektív megközelítés).
2. Minősítés: a termék előállítási szabályok kidolgozása és a Jó Gyártási Gyakorlat (a résztvevők egyetértésre jutása).
3. Megtérülés: közösségi marketing, disztribúció, promóció és kommunikáció (fogyasztói igények ismerete, értéklánc szereplőinek bevonása, közös akciókkal költségcsökkentés).
4. A helyi erőforrások reprodukciója: fenntarthatóságot biztosító rendszer (gazdasági, társadalmi és környezeti tényezők).

A hungarikumok védelméről szóló 77/2008. (VI.13.) OGY számú országgyűlési határozat (megjelent a Magyar Közlöny 2008. évi 87.

számában) kinyilvánítja, hogy a hungarikumok megőrzendő, egyedülálló nemzeti értéket képviselnek. Felkéri a Kormányt, hogy vizsgálja meg a Hagyományok–Ízek–Régiók (HÍR) gyűjtemény bővítésének, hasznosításának lehetőségeit és ösztönözze az agrártermékek közösségi oltalmának megszerzését. 2009. szeptember 26-án Hungarikum Ünnep megrendezésére került sor a Parlament Főrendiházi termében, amely helyzetképet nyújtott a hungarikumokról, a Kárpát medencei értékekről, a helyi és a közösségi erőfeszítésekről, valamint a törvényhozás ezzel kapcsolatos új feladatairól. A rendezvény mottója így hangzott: „Ugyanazt akarjuk, amit *Bartók* és *Kodály* a zenében: visszanézni a múltba, hogy a múlt értékeit megmentsük és a jövő számára átadjuk.” (Vajda Lajos, 1936. nyomán).

A hazai HÍR Program célja a magyar hagyományos és tájjellegű élelmiszerek gyűjteményének létrehozása és gazdasági hasznosításuk. A hagyományos és tájjellegű termék fogalma kifejezi a helyi közösségekben kialakult hagyományos gyártási ismeretek generációkon keresztül történő továbbadását. Hármás dimenziója kiterjed a helyre, az időre és a kultúrára. 2001-ben jött létre a 300 termékleírásból álló HÍR Gyűjtemény, amely immár a harmadik kiadást is megérte. A 2002-ben bejegyzett HÍR védjegy nemzeti minőségi rendszerként funkcionál Magyarországon. Mint megkülönböztető minőségi jel hozzájárul a versenyképesség növeléséhez, minőségi garanciát nyújt a termék hitelességéről és a vidék fenntartható fejlesztésének hatékony eszköze lehet. A 2009-ben meghirdetett HÍR védjegy pályázat célja a HÍR termékek ismertségének fokozása és piacra jutásuk elősegítése. Bár egyéni termelők is pályázhatnak, közösségi szintű követelmény a HÍR követelményeknek megfelelő terméket előállítók csoportosulásainak létrehozása. Eddig mintegy 50 pályázat érkezett, a meghosszabbított benyújtási határidő 2009. november 30. Nem feledkezhetünk meg *Brillant Savarin* 1825-ben elhangzott híres mondásáról: „A nemzetek sorsa attól függ, hogy miként táplálkoznak.”

Dr. Szakály Zoltán tanszékvezető egyetemi docens, Kaposvári Egyetem: **A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek marketingje (szakkönyv bemutató)**

A témában már eddig is sok, összegzés jellegű felmérés, könyvrészlet, publikáció jelent meg Magyarországon. Most két-három héten belül 1000 példányban jelenik meg az új könyv, amely soha nem látott összefogással készült, többek között az FVM Agrármarketing Centrum,

a Debreceni Egyetem Agrár- és Műszaki Tudományok Centruma, valamint a Kaposvári Egyetem munkatársainak bevonásával. A könyv fő üzenete úgy fogalmazható meg, hogy a fogyasztók preferenciái és attitűdjei nagyon kedvezőek, mivel a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek bizalmi terméknek számítanak: az emberek olyan igényeit szolgálják ki, mint a gyökerek keresése, a gyors életritmus lassítása, rekreáció, meghitt baráti társaságok stb. Nincs szükség tehát tényleges újrapozícionálásra, hiszen ezek a 100%-ban magyar termékek egyedi pozícióval rendelkeznek.

Azonban sok tennivalónk is van még: itt ugyanis egy olyan előregedő termékéről van szó, ami csak nehezen illeszthető bele a mai korszerű táplálkozási trendekbe. A fiatalos termékép kialakítása mellett imázs javításra is szükség van, kihangsúlyozva ezen élelmiszerek egészséges jellegét. Ilyen szempontból pszichológiai újrapozícionálásra igenis szükség van: az egészségtudatos és nemzeti érzelmű fiatalok képezhetik a legfontosabb célcsoportot. Nagy az információhiány is: a hazai fogyasztók többsége nem ismeri ezt a termékcsoportot, összekeverve őket a nem hagyományos magyar termékekkel. Legtöbben mindössze 3–4 hagyományos és tájjellegű élelmiszert ismernek, így a szegedi téliszalámit, a csabai és a gyulai kolbászt, a makói hagymát vagy a fűszerpaprikát. Most azonban egy új fogyasztói típus megjelenésének lehetünk tanúi, amit a megfelelő angol szavak kezdőbetűi után LOHAS (egészséges és fenntartható életstílus) típusnak nevezhetünk. Magyarországon a fogyasztók kb. 20%-a tartozik ide, akik egészség-környezettudatosak, egyéni módon akarják alakítani saját személyes fejlődésüket, aktívak és jól informáltak, amellet a társadalmi igazságosság kérdése sem hagyja hidegen őket. Ezeknek az új típusú fogyasztóknak kényelem helyett mindenek előtt hitelességre van szükségük vásárlási döntéseik meghozatalánál, s nekünk elsősorban ennek az igénynek kell megfelelnünk. Ez a szempont képezi a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek új marketing stratégiájának alapját Magyarországon. További marketing szakkönyvek megjelenése is várható a hazai tradicionális élelmiszerek népszerűsítésére, amellet táplálkozási marketing (funkcionális és organikus élelmiszerek) témában, illetve az élelmiszeripari kis- és közepes méretű vállalatok marketing lehetőségeiről.

Polereczki Zsolt PhD aspiráns, Kaposvári Egyetem: Jelen és jövő a húsiparban működő kis- és középvállalkozások (KKV) marketing tevékenységében

Magyarországon az élelmiszeriparral foglalkozó marketing megközelítésű kutatások a fogyasztóra helyezik a hangsúlyt, de hiányoznak az élelmiszeripar sajátosságait figyelembe vevő KKV felmérések. Ezért a szerző feltáró jellegű kutatást végzett az élelmiszeripari vállalkozások marketinggel kapcsolatos gyakorlatának megismerése céljából a tej- és a húsiparban. A kisvállalati marketing jelenének vizsgálata során a hússzektorban összesen 76 húsfeldolgozással, illetve húskészítmény-gyártással foglalkozó kis- és középvállalat adatait dolgozta fel. Figyelemre méltó, hogy 20 esetben találkozott írott marketing tervvel, ami jó EU-s átlagnak felel meg. A húszágazat jellegéből kiindulva nem meglepő, hogy ezek a vállalatok termékeik 45%-át közvetlenül a fogyasztók számára értékesítik, míg azokból a hiper- és szupermarketek csak igen kis arányban (13%) részesülnek. A jövőbeni fejlődés lehetséges irányai között tekintélyes helyet foglal el a magas hozzáadott értékkel rendelkező részipiaci termékek kifejlesztése a fogyasztói visszajelzések alapján: ehhez azonban nincs biztosítva a megfelelő információs háttér. Nem jellemző a horizontális és a vertikális integrációk kialakulása: a húsipari KKV-k 60%-a semmilyen együttműködésben nem hajlandó részt venni! Ha mégis, akkor az együttműködéstől elsősorban kedvezőbb alkupozíciót és hatékonyabb közös marketing tevékenységet várnak. Magát a marketinget kevésbé érzik a vállalkozások kulcstényezőnek jövőjük szempontjából, ugyanakkor ezzel egyidejűleg olyan jövőbeni lehetséges fejlődési irányokat jelölnek meg hangsúlyosként (pl. partnerkör szélesítése, termékfejlesztés a tömegtermékek és a részipiaci termékek piacán stb.), melyek határozottan ehhez a területhez tartoznak. Látens igény mutatkozik tehát a hatékony marketing tevékenység iránt, ami a vállalkozások részéről ösztönös eszközkeresésben nyilvánul meg a kedvezőbb piaci versenyhelyzet érdekében. A húsipari KKV-k marketing aktivitása kedvezőbb a tejiparhoz képest. Fő cél a vállalkozásvezetők megismertetése a marketinggel (a „marketing marketingje”), nevezetesen azzal, hogy a marketing eszköztársa miképpen segíti elő a saját vállalati célok megvalósulását.

Magyar egyetemi csapatok beszámolója az IAMA Hallgatói Esettanulmány Vetélkedőről

Az IAMA (Nemzetközi Élelmiszer és Agrárgazdasági Szövetség) éves rendezvénysorozatát most első alkalommal rendezték meg Közép-Kelet Európában (Budapest, 2009. június 19–23.), melynek keretén belül egy Hallgatói Esettanulmány Vetélkedőre is sor került. Ezen 3 amerikai, 3 magyar, 1 ausztrál, 1 kanadai és 1 holland csapat vett részt.

A magyar csapatok számára Budapesten 2008. októberében előválogató versenyt tartottak. Akkor a feladat a Bánffi Szóda Bt. (Szeged) esetpéldáját hozta fel, a következő fő kérdésekkel:

- Röviden foglalja össze a Bánffi Szóda Bt. jelenlegi helyzetét, ahogy Ön látja!
- Fejlesszen és elemezzen néhány jövőbeni lehetőséget a Bánffi cég számára!
- Milyen követendő vállalati stratégiát javasol?

Ezen az előválogatói versenyen a Kaposvári Egyetem (felkészítő tanár: *Dr. Szente Viktória* egyetemi docens), a Budapesti Corvinus Egyetem (felkészítő tanár: *Dr. Forgács Csaba* egyetemi docens) és a Szegedi Tudományegyetem (felkészítő tanár: *Dr. Panyor Ágota* főiskolai docens) csapata vett részt. Mindhárom csapat kiváló eredményt ért el, ezért a zsűri javaslatára beneveztek a nemzetközi vetélkedőre. Közülük a Szegedi Tudományegyetem (SZTE) csapata jutott be az IAMA Hallgatói Esettanulmány Vetélkedő nemzetközi döntőjébe, ahol a University of Guelph (Kanada) és a Santa Clara University (USA) csapatával mérhette össze tudását és felkészültségét. Itt megoldásokat kellett kidolgozni az ún. Green Care Amsterdam (GCA) Projektre. A Green Care (Zöld Gondoskodás) lényege a fizikai és mentális egészség támogatása a mezőgazdaság bevonásával: munka és rekreációs tevékenységek által biztosítja a társadalom perifériájára szorult csoportok visszailleszkedését a közösségbe. Az esettanulmány alapcélja a következő volt: A GCA fejlesztése és tudományos alapokon történő szakosítása azért, hogy Amszterdam város és vidéke között új lehetőségek, interakciók nyíljanak. További cél egy zöld szolgáltató övezet kialakítása a város közül, hogy a városlakók hasznélvezői legyenek az egészséges és gyógyító környezetnek. A SZTE csapat alapos SWOT elemzést végzett az urbanizáció rohamos növekedésével

kapcsolatos ún. Metropolitan Agriculture térnyerésének lehetőségeiről, ami a 3P (Emberek, Világ, Profit) háromszög követelményeinek figyelembe vételével hatékonyan képes elősegíteni a nagyváros és a mezőgazdaság közötti egészséges kapcsolatok kialakulását. Ne a profit hajhászása legyen a cél, hanem egy egészséges középút kialakítása, ami egy újszerű, innovatív mezőgazdasági termelést tesz lehetővé. Fő szempont az élelmiszerhiány kiküszöbölése, a városlakók szükségleteinek kielégítése, a munkahelyteremtés, a környezet javítása és az energiateljesítmény normális keretek között tartása. A helyi munkalehetőségek bővülésével nő a helyi fizetőképes kereslet, és a biztosabbá váló piac kedvezőbb gazdasági körülményeket teremt a helyi farmerek számára is (win-win pozíció). A célirányos marketing a helyi kereslet és kínálat egyensúlyának fontosságát hangsúlyozza. A jelenlegi erősen széttagolt stakeholder rendszer felveti egy koordinációs központ létesítésének szükségességét is, ami képes a célcsoport tagjait saját képességeik, szakképzettségük és szükségleteik szerint elosztani a rendszer által felkínált programok között. Megoldási javaslataikkal a Szegedi Tudományegyetem hallgatói az előkelő harmadik helyezést érték el a nemzetközi esetversenyen.

Dr. Erdős Zoltán, az EQO MNB Élelmiszeripari Szakbizottságának titkára: **Pályázatok, sikerek Csongrád megyében**

A szegedi évenkénti minőségügyi szakmai konferencia immár hagyomány, amelynek kezdetét egy 10 évvel ezelőtti siker alapozta meg, majd újabb és újabb sikerek adtak hozzá elismerésre méltó háttérrel. A PICK Szeged Szalámigyár és Húsüzem Zrt. nagy társadalmi hasznosságát húzza alá az a tény is, hogy sikeresen képes megvalósítani minden érdekelt fél (stakeholder) harmóniáját. A siker titka három pontban foglalható össze:

1. Valós tartalomra és valós tettekre van szükség, amik önmagukért beszélnek – ennek előfeltétele, hogy egy kiegyensúlyozott rendszer legyen a háttérben (marketing, üzleti stratégia, jól átgondolt, tudatos célok, kézben tartott folyamatok és erőforrások).
2. Az átláthatóság és a kommunikáció lehetővé teszi az aktív közreműködést.
3. Megmérettetés – verseny, önértékelés, minőségdíj stb.

Meg kell találnunk az egyensúlyt a lokális erők és a globális kihívások között. Építsünk mindenek előtt a helyi ízekre és a helyi sajátosságokra! Azt kell eladnunk a nagyvilágban, ami csak itt, nálunk található: semmi esetre se váljunk meg az alapanyagainktól. Az erjedés folyamatába a nagy kereskedelmi láncok is bekapcsolódhatnak a „Kis termékek nagy polcokon” szlogen jegyében. Terjed a hagyományos ételekre alapozott Slow Food (komótos étkezés) mozgalom. A „hálósodás” vagy „szálképződés” révén új közösségek és új keresztkapcsolatok jönnek létre, s ez az együttműködés lehetővé teszi a helyi gasztronómiai értékek szélesebb körű propagálását. Mindezek lényege a holisztikus megközelítés, a helyi kézműves tudás és tapasztalatok hasznosítása a fenntartható helyi boldogulás érdekében.

Dr. Mikecz Péter, a Kabinet Iroda vezetője, Hódmezővásárhelyi Önkormányzat: **A Slow City mozgalom**

A Nyugodt Városok (Slow Cities) hálózatában Hódmezővásárhely pályázik a cím elnyerésére, melynek érdekében már komoly lépéseket tett és 2010-ben várják az értékelő eljárás lefolytatását. Várhatóan ez lesz az első ilyen rangot elért magyar város, ami a hazai és a nemzetközi érdeklődés felkeltése révén remélhetően előmozdítja majd a további fejlődést. Alapvető cél az antiglobális és multikulturális helyi értékek megőrzése, ami lehetővé teszi a helyi fenntartható boldogulás és az élhető környezet helyi erőből történő megoldását, mint a túlsúlyolt, stresszes városok ellenpéldája. Hódmezővásárhelyen mindig is létezett egyfajta lokálpatriótizmus, de a továbblépéshez állami szerepvállalásra is szükség van. Az Önkormányzat nagy erőfeszítéseket tesz a környezetvédelem és a biogazdálkodás előmozdítására, valamint az ifjúság bekapcsolódásának elősegítésére a helyi értékek megőrzésébe; a 333/2004. számú Közgyűlési Határozat például rendelkezik Hódmezővásárhely területének a GM növényektől való megóvásáról. A tudatosság felkeltését szolgálja az is, hogy a HÓD–MENZA Nonprofit Kft. előnyben részesíti az egészséges ételkészítés alapanyagok helyi szolgáltatóit.

Az összességében közel 200 résztvevőt vonzó sikeres rendezvény kiváló kora délutáni ebéddel zárult.

Várkonyi Gábor