



NEMZETI
AGRÁRGAZDASÁGI
KAMARA

ÉLELMISZERIPARI
IGAZGATÓSÁG
hírlevél

2018. november

ÉLELMISZERIPARI IGAZGATÓSÁG

Köszöntő

PÁLYÁZATI HÍREK

VP3-4.2.1-4.2.2-18 kódszámú felhívás – Megjelent
MAHOP-2.5-2018 – Módosult

SZABÁLYOZÁS

Bővíülhet az Etyek-Buda OEM terület
Módosultak az étrend-kiegészítők alkategóriái
A sovány tejpor értékcsökkenési együtthatója – Megjelent
A sovány tejpor felvásárlására alkalmazandó mennyiségi korlátozás – Megjelent
A sovány tejpor minimális eladási ára – Megjelent
Az ökológiai termelés, címkézés és ellenőrzés szabályai – Megjelent
Baromfihús- és tojáságazati termékek irányadó árai – Megjelent

SZABVÁNYFIGYELŐ

Megjelent szabványok
Visszavont szabványok

BELPIACI BETEKINTÉS

Borpiaci betekintés
Vörös, rozé, fehér: melyik a legegészségesebb borfajta?

KÜLPACI KITEKINTÉS

Borpiaci kitekintés

ÚJ TERMÉKEK

Alkoholmentes „bor víz”
Bor alapú koktélok
Gin ízű sajt
Cheddar kréker
Fekete tejcsokoládé
Ecetes italok

MARKETING

Fogyasztói igények a borpiacon
Borok címkézésének csapdái
Limitált kiadású csomagolások

KUTATÁS-FEJLESZTÉS-INNOVÁCIÓ

Borászati melléktermékek hasznosítása
Lélegző szőlő
Hosting szolgáltatások

TÁPLÁLKOZÁS AKADÉMIA

Mediterrán étrend

ESEMÉNYNAPTÁR

Nemzetközi kiállítások és vásárok

TÁJÉKOZTATÓ

Élelmiszeripari koordinátorok a tagság szolgálatában
„Tanuljunk együtt!” – Juh- és kecsketej feldolgozás Franciaországban

FELHÍVÁS

Folytatódik az „Együtt az élelmiszeriparért” konferenciasorozat
4. magyar – ghánai üzleti fórum

Keleti Marcell
élelmiszeripari igazgató



Vadász Sándor
tanácsos



Pető Krisztina
vezető élelmiszeripari szakértő



Pápa Enikő
élelmiszeripari munkatárs



Dr. Szűcs Viktória
vezető élelmiszeripari szakértő



Kinyó Melinda
élelmiszeripari szakértő



Polczer Katalin
élelmiszeripari szakértő



Tisztelt Élelmiszeripari Tag, Kedves Olvasó!

Szeretettel köszöntjük Önt a NAK Élelmiszeripari Igazgatóság hírlevele novemberi számának megjelenése alkalmával. E havi kiadványunkban kiemelt figyelmet szentelünk a **borászat** környezetének és legújabb trendjeinek bemutatására. Pályázati híreink között egy VP- és egy MAHOP-pályázati információra hívjuk fel figyelmét. A szabályozási területet érintő bejegyzéseinkben beszámolunk az Etyek-Buda OEM terület bővüléséről, az étrend-kiegészítők alkategóriájának módosulásáról, a sovány tejporral kapcsolatos újdonságokról, az ökológiai címkézés és ellenőrzés, valamint a baromfihús- és a tojáságazati termékek irányadó árainak változásáról. Hírlevelünk szabványfigyelő részében néhány nemrég megjelent és visszavont szabványt ismertetünk. Betekintést nyújtunk a hazai és nemzetközi borpiaci helyzetbe és a TÉT Platform segítségével a borok egészségügyi javallataiba. Az új termékek fejezetben számos újonnan megjelent élelmiszer mutatunk be, gondolatébresztőként a termékfejlesztéshez. Marketing bejegyzésünkben a borpiacon tapasztalható fogyasztói igényekről, a borok címkézésének csapdáiról és a limitált kiadású csomagolásokról olvashat. A kutatás fejlesztés innovációs bejegyzésekben a borászati melléktermékek hasznosításával, a szőlő légzésével és a hosting szolgáltatásokkal foglalkozunk. Táplálkozás akadémia rovatunkban a Dietetikusok Országos Szövetségének szakértői segítségével a mediterrán étrendet vesszük górcső alá. Mindemellett számos nemzetközi kiállításon és vásáron való megjelenési lehetőséget ajánlunk. Tájékoztatóink között beszámolunk a szeptemberben indult NAK élelmiszeripari koordinátor-hálózatról, illetve a juh- és kecsketej feldolgozást bemutató franciaországi képzés tapasztalatairól. Mindemellett figyelmébe ajánljuk „Együtt az élelmiszeriparért” konferenciasorozatunk aktuális állomásait.

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

Nemzeti Agrárgazdasági Kamara
Élelmiszeripari Igazgatóság

VP3-4.2.1-4.2.2-18 kódszámú felhívás –
Megjelent

A Széchenyi 2020 keretében megjelent a **„Mezőgazdasági termékek értéknövelése a feldolgozásban”** című ([VP3-4.2.1-4.2.2-18 kódszámú](#)) felhívás. A támogatási kérelmek benyújtására 2019. január 2. és 2021. január 4. között van lehetőség. A felhívás meghirdetésekor a támogatásra rendelkezésre álló keretösszeg 50 milliárd forint.
További részleteket a palyazat.gov.hu oldalon olvashat.

MAHOP-2.5-2018 – Módosult

Megjelent **„A környezetvédelmi szolgáltatásokat biztosító akvakultúra fejlesztésének előmozdítása”** ([MAHOP-2.5-2018](#)) című pályázat kitöltő programja.
További részleteket a palyazat.gov.hu oldalon olvashat.



Bővíülhet az Etyek-Buda OEM terület

Az Egyek-Budai Borvidék Hegyközségi Tanácsa által benyújtott kérelem szerint Aba és Seregélyes településekkel bővílné az Etyek-Buda OEM (oltalom alatt álló eredetmegjelölés) terület.

Az indoklás alapján mindkét település földrajzilag közelebb fekszik az Egyek-Budai Borvidékhez, emellett a Velencei-tó déli partjával azonos természeti, klimatikus és talajszerkezeti adottságok is indokolják, hogy az Abához és Seregélyeshez tartozó területek felvételt nyerjenek az Etyek-Buda OEM termékleírásba. A lehatárolt terület módosítása nem érinti a termőhely és termék kapcsolatát, mert a kataszterbe sorolt terület adottságai megegyeznek az Etyek-Buda OEM lehatárolt területével. Felkerülhet továbbá a termékleírásba Páty kezdeményezésére öt dűlő (Hegyi-dűlő, Lövöldöző-hegy, Mézes-hegy, Nagy-hegy, Zsámbéki úti dűlő), Nyakas Hegyközség kezdeményezésére a termékleírásban pedig egy új dűlőnév (Felső-somos) kerül felvételre. A dokumentum értelmében a módosítást már a 2018/2019-es borpiaci évben szüretelt szőlőből készült termékekre is alkalmazni kell.

További részleteket a [Földművelésügyi Értesítőben](#) olvashat.

Módosultak az étrend-kiegészítők
alkategóriái

Megjelent az Európai Bizottság [2018/1497/EU](#) rendelete az [1333/2008/EK](#) európai parlamenti és tanácsi rendelet II. mellékletének a 17. élelmiszer-kategória és az élelmiszer-adalékanyagok étrend-kiegészítőkben felhasználása tekintetében történő módosításáról.

Az 1333/2008/EK rendelet II. mellékletében foglalt uniós jegyzéken szereplő anyagok hozhatók élelmiszer-adalékanyagként forgalomba és használhatók élelmiszerekben, az ott meghatározott felhasználási feltételek mellett. Az 1333/2008/EK rendelet D. részében a 17. pont három étrend-kiegészítő alkategóriát tartalmaz: 17.1. „Szilárd étrend-kiegészítők, ideértve a kapszulákat, tablettákat és hasonlókat, kivéve a rágható formákat”, 17.2. „Folyékony étrend-kiegészítők” és 17.3. „Szirupként vagy rágható formában forgalmazott étrend-kiegészítők”.

A tagállamokkal folytatott megbeszélések során egyetértés jött létre arról, hogy a 17.3. „Szirupként vagy rágható formában forgalmazott étrend-kiegészítők” alkategória alkalmazása félreértéshez vezetett, és ennek elkerülése érdekében a szirup- és rágható formákat folyékony, illetve szilárd formákként kell osztályozni. Az átláthatóbb besorolás érdekében helyénvaló a 17.3. élelmiszer-alkategória törlése és a 17.1. és a 17.2. alkategória megnevezésének a következő formában történő átfogalmazása:

„Szilárd étrend-kiegészítők, kivéve a csecsemőknek és kisgyermekeknek készült étrend-kiegészítőket”, illetve „Folyékony étrend-kiegészítők, kivéve a csecsemőknek és kisgyermekeknek készült étrend-kiegészítőket”. Továbbá a 17.3. élelmiszer-alkategória törlése miatt az eddig az említett élelmiszer-alkategóriába tartozó élelmiszer-adalékanyagokra vonatkozó bejegyzéseket át kell sorolni vagy a 17.1., vagy a 17.2. élelmiszer-alkategóriába. Az egyértelműség és a jogérvényesítés érdekében a 17. élelmiszer-kategória címét is módosítani kell „A [2002/46/EK](#) irányelvben meghatározott étrend-kiegészítők”-re. Mindemellett be kell illeszteni egy, az említett élelmiszer-kategóriában engedélyezett bizonyos élelmiszer-adalékanyagokra vonatkozó bevezető szakaszt.

Az 1333/2008/EK rendelet II. melléklete ezen rendelet mellékletének megfelelően módosul.

A jogszabály a kihirdetést (2018. október 9.) követő huszadik napon lép hatályba.

A rendelet [Az Európai Unió Hivatalos Lapjában](#) olvasható.

A sovány tejpor értékcsökkenési
együtthatója – Megjelent

Megjelent az Európai Bizottság 2018/1508/EU végrehajtási rendelete a sovány tejpor állami intervenció keretében felvásárlása esetén a 2019. pénzügyi évben alkalmazandó értékcsökkenési együttható rögzítéséről.

A vonatkozó szabályok szerint a mezőgazdasági termékek felvásárláskori értékcsökkenési százaléka nem haladhatja meg az érintett termék felvásárlási ára és becsült eladási ára közötti különbséget. Az említett százalékos arányt a pénzügyi év kezdete előtt minden termék tekintetében meg kell állapítani. A felvásárláskor a Bizottság az értékcsökkenés mértékét az értékcsökkenés százalékos arányának bizonyos hányadára korlátozhatja, de ez a hányad nem lehet kevesebb, mint a teljes értékcsökkenés 70 százaléka, ezért meg kellett határozni a tagállamok által a 2019. pénzügyi évben a sovány tejpor havi felvásárlási értékeire alkalmazandó együtthatót is. A végrehajtási rendelet alapján az állami intervenció keretében felvásárolt, és a tagállamok által 2018. október 1. és 2019. szeptember 30. között elraktározott vagy átvett sovány tejpor tekintetében a tagállamok 0,21 értékű értékcsökkenési együtthatót alkalmaznak a havonta felvásárolt sovány tejpor értékére vonatkozóan.

A rendeletet 2018. október 1-jétől kell alkalmazni.

A jogszabály a kihirdetést (2018. október 11.) követő harmadik napon lép hatályba.

A rendelet [Az Európai Unió Hivatalos Lapjában](#) olvasható.

A sovány tejpor felvásárlására alkalmazandó mennyiségi korlátozás – Megjelent

A sovány tejpor minimális eladási ára – Megjelent

Megjelent az Európai Unió Tanácsának [2018/1554/EU](#) rendelete az [1370/2013/EU](#) rendeletnek a sovány tejpor felvásárlására alkalmazandó mennyiségi korlátozás tekintetében módosításáról.

A tej- és tejtermékágazaton belül továbbra is eltérően alakulnak a tejzsír- és a tejfehérjeárak. 2018-ban a sovány tejpor uniós piaci árai ezidáig az állami intervenciós szint alatt maradtak, míg a vajárak több mint kétszer olyan magasak, mint az állami intervenciós szint. A nyers tejt a mezőgazdasági termelőknek fizetett árak 2018-ban olyan szinten vannak, amely a vaj és a sajt iránti jelenlegi erős keresletnek köszönhetően – a viszonylag alacsony tejfehérjeárak ellenére – jövedelmezővé teszi a tejtermelést. A 2018. évi állami intervenció pályázati eljárás keretében történő végrehajtása nem akadályozta meg, hogy a nyerstej árak e szinteken maradjanak. A tej- és tejtermékpiac alapvető jellemzői a kínálat, a kereslet és az árak alakulása tekintetében – és ezen belül a tejzsír- és a tejfehérjeárak közötti eltérést illetően – 2019-ben várhatóan nem változnak jelentősen. Ezért helyénvaló a sovány tejpor rögzített áron történő felvásárlására vonatkozó mennyiségi korlátozás értékét nullában megállapítani a 2019. év tekintetében. Ennek értelmében az 1370/2013/EU rendelet 3. cikkének (1) bekezdése a következő albekezdéssel egészül ki: „Az első albekezdéstől eltérve 2019-ben a sovány tejpor rögzített áron történő felvásárlására vonatkozó mennyiségi korlátozás 0 tonna.”

A jogszabály a kihirdetést (2018. október 18.) követő napon lépett hatályba.

A rendelet [Az Európai Unió Hivatalos Lapjában](#) olvasható.

Megjelent az Európai Bizottság [2018/1571/EU](#) végrehajtási rendelete a sovány tejpornak a [2016/2080/EU](#) végrehajtási rendelettel megnyitott pályázati eljárás keretében kibocsátott huszonötödik részleges pályázati felhíváshoz kapcsolódó minimális eladási áráról.

A tej és tejtermékek piacának jelenlegi helyzete, vagyis az árak alakulása és az intervenciós készletek nagysága indokoltá teszi a sovány tejpor további mennyiségeinek a betárolási időpont módosítása általi értékesíthetővé tételét. A 2018/1484/EU végrehajtási rendelet alapján a 2016/2080/EU végrehajtási rendelettel megnyitott pályázati eljárás keretében kibocsátott, sovány tejpor értékesítésére irányuló huszonötödik részleges pályázati felhívás tekintetében – amelyre vonatkozóan a pályázatok benyújtásának határideje 2018. október 16-án járt le – a minimális eladási ár 123,10 Euró/100 kilogrammban határozták meg.

A jogszabály a kihirdetés (2018. október 19.) napján lépett hatályba.

A rendelet [Az Európai Unió Hivatalos Lapjában](#) olvasható.

SZABÁLYOZÁS

Az ökológiai termelés, címkézés és ellenőrzés szabályai – Megjelent



Megjelent az Európai Bizottság [2018/1584/EU](#) végrehajtási rendelete az ökológiai termelés, a címkézés és az ellenőrzés tekintetében az ökológiai termelésről és az ökológiai termékek címkézéséről szóló [834/2007/EK](#) tanácsi rendelet részletes végrehajtási szabályainak megállapításáról szóló [889/2008/EK](#) rendelet módosításáról.

A végrehajtási rendelet értelmében a 889/2008/EK rendelet 25. cikke 1. bekezdésének helyébe „A keretek, kaptárak és lépek tisztításához és fertőtlenítéséhez nátrium-hidroxid használható. A kereteknek, kaptáraknak és lépeknek különösen a kártevők elleni védelme céljából kizárólag a rágcsálóirtók (csak csapdákból történő) használata és a II. mellékletben felsorolt termékek használata engedélyezett” szöveg lép. A 25. cikk változtatása kiterjeszti az ostoros – és az édesvízi garnélák korai életszakájában koleszterinnel történő takarmány kiegészítését. A 27. cikk változtatása – a vonatkozó szabályozással összhangban – engedélyezi az ásványi anyagok (köztük nyomelemek), vitaminok, aminosavak és mikroelemek használatát normál fogyasztásra szánt élelmiszerekben, valamint olyan élelmiszer esetében, amely az egészséggel vagy a táplálkozással, illetve valamely fogyasztói csoport egyedi szükségleteivel kapcsolatos sajátos jellemzői vagy hatása miatt kerül forgalomba hozatalra. Az információcserére vonatkozó 92. cikk kiegészítésre kerül, valamint az I., a II. és a VIIIa melléklet a végrehajtási rendelet alapján módosításra kerül.

A jogszabály a kihirdetést (2018. október 23.) követő huszadik napon lépett hatályba.

A rendelet [Az Európai Unió Hivatalos Lapjában](#) olvasható.

Baromfihús- és tojáságazati termékek irányadó árai – Megjelent

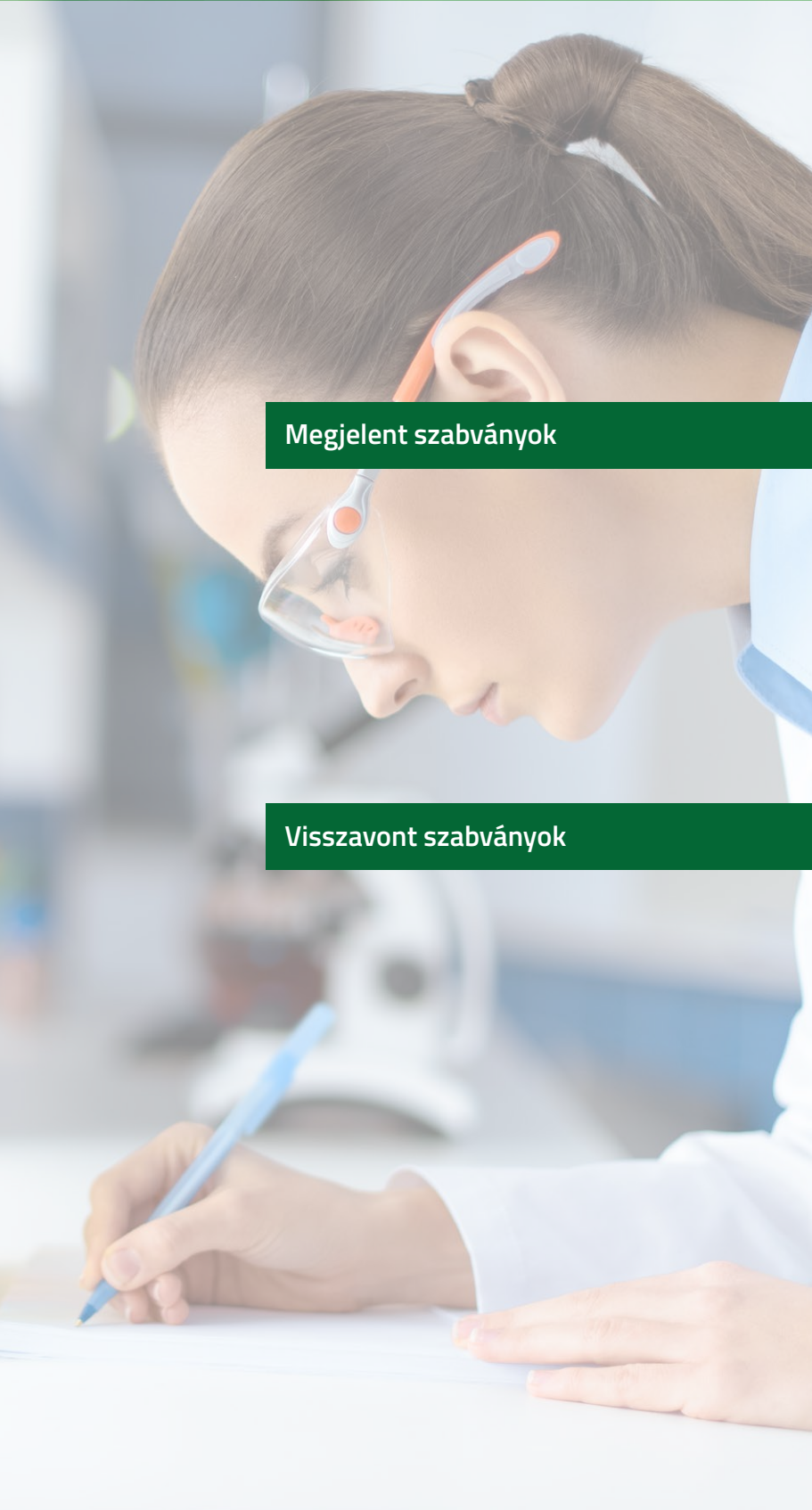


Megjelent az Európai Bizottság [2018/1608/EU](#) végrehajtási rendelete az [1484/95/EK](#) rendeletnek a baromfihús- és tojáságazatban alkalmazandó, valamint a tojásalbuminra vonatkozó irányadó árak meghatározása tekintetében módosításáról.

A baromfihús- és tojáságazati termékekre, valamint a tojásalbuminra vonatkozó irányadó árak meghatározásának alapjául szolgáló adatok rendszeresen végrehajtott ellenőrzéséből az derül ki, hogy az irányadó árakat – ezekkel együtt a 1484/95/EK rendelet I. mellékletét – bizonyos termékek behozatalának vonatkozásában a származási hely szerinti árkülönbségek figyelembevételével a rendelet alapján módosítani kell.

A jogszabály a kihirdetés (2018. október 24.) napján lépett hatályba.

A rendelet [Az Európai Unió Hivatalos Lapjában](#) olvasható.



Megjelent szabványok

A nemzeti szabványosításról szóló [1995. évi XXVIII. törvény](#) előírása alapján a **szabványok alkalmazása önkéntes**. A szabványosítás alapvető funkciója ugyanis a kereskedelem műszaki akadályainak elhárítása, ami az Európai Unióban az egységes európai piac működésében kapott kiemelkedő szerepet. Ebből adódóan, ha valaki a szabványok előírásainál szigorúbb szabályozású terméket, szolgáltatást stb., vagy legalább azzal egyenértékű más megoldást szeretne nyújtani, megteheti, de ahhoz alaposan ismernie kell a területén érvényes szabványokat. Ha például a Magyar Élelmiszerkönyv melléklete szabványra hivatkozik, akkor aszerint kell eljárni, vagy egy azzal egyenértékű megoldást kell alkalmazni, bizonyítva annak egyenértékűségét.

MSZ 6380:2018	Szójabab élelmiszeripari célra – Az MSZ 6380:1982 helyett
MSZ EN ISO 3961:2018	Állati és növényi zsírok és olajok. A jódszám meghatározása (ISO 3961:2018) – Az MSZ EN ISO 3961:2013 helyett
MSZ CEN/TS 17174:2018	Takarmány. Mintavételi és elemzési módszerek. Egyetlen laboratórium által és körvizsgálat által validált analitikai módszerek teljesítményjellemzői nehézfémek meghatározása esetén
Magyar nyelven, Angol nyelven	

Visszavont szabványok

MSZ ISO 5506:1993	Szójababtermékek. Az ureázaktivitás meghatározása (Helyette alkalmazható az ISO 5506:2018)
-----------------------------------	---



A belföldön termelt és belföldön értékesített oltalom alatt álló földrajzi jelzéssel ellátott fehérborok feldolgozói értékesítési ára csaknem 22 ezer forint volt hektoliterenként 2018 szeptemberében. A vörös- és rozéborok közül a földrajzi jelzés nélküli borokat hektoliterenként 24,1 ezer forintért, az oltalom alatt álló földrajzi jelzéssel ellátott borokat 28,9 ezer forint/hektoliter áron értékesítették az év kilencedik hónapjában. Az oltalom alatt álló eredetmegjelöléssel ellátott borok közül a tokaji fehérborok belföldi értékesítési átlagára 93,6 ezer forint volt hektoliterenként 2018 szeptemberében. Az oltalom alatt álló eredetmegjelöléssel ellátott vörös- és rozéborok közül az egri borokat 44 ezer forint/hektoliter, a villányi borokat 52,4 ezer forint/hektoliter átlagáron értékesítették.

A Központi Statisztikai Hivatal (KSH) adatai szerint Magyarország bor-külkereskedelmi egyenlege (gyöngyöző bor és pezsgő nélkül) mind mennyiségben, mind értékben pozitív volt 2018. január–július között. Mennyiségben két és félszeresére nőtt, értékben pedig 62 százalékkal emelkedett az előző év hasonló időszakához viszonyítva. A borexport mennyiségben 75 százalékkal csaknem 583 ezer hektoliterre bővült, értékben 46 százalékkal 16,3 milliárd forintra emelkedett. A külpiacon értékesített mennyiség nagyobb hányadát (70 százalék) a lédig borok tették ki. A palackos borok kiszállítása 26 százalékkal, 174 ezer hektoliterre, a kivitel értéke 19 százalékkal, csaknem 8,9 milliárd forintra emelkedett egy év alatt. A lédig borok kiszállított mennyisége és a kivitel értéke is a kétszeresére nőtt: 409 ezer hektoliterre, illetve 7,4 milliárd forintra emelkedett a megfigyelt időszakban.

A nemzetközi piacon továbbra is a magyar fehérborok voltak a keresettebbek, a kivitel 83 százalékát tették ki a vizsgált időszakban. **Magyarország borimportja 72 százalékkal, 30,5 ezer hektoliterre csökkent 2018 első hét hónapjában az előző év azonos időszakához képest.** Az import 92 százaléka palackos, a többi lédig kiszerezésű volt. **A palackozott borok behozatala 21 százalékkal, csaknem 28 ezer hektoliterre nőtt, míg a lédig boroké 97 százalékkal, 2,6 ezer hektoliterre csökkent a megfigyelt időszakban.** A palackos és a lédig kiszerezésű borok behozatalának összértéke 1,7 milliárd forint volt, 32 százalékkal maradt el az egy évvel korábbtól. A palackos borok behozatalának értéke 14 százalékkal emelkedett, míg a lédig boroké 93 százalékkal csökkent.

Forrás: [Agrárpiaci jelentések – Zöldség, gyümölcs és bor](#)

Vörös, rozé, fehér: melyik a legegészségesebb borfajta?

A bormarketing előszeretettel hivatkozik a rendszeres borfogyasztás egészségre gyakorolt pozitív hatására. Mennyi igazság van ebben, és melyik borfajta védi leginkább az egészségünket?

A történelem homálya diszkréten takarja, mióta és miért gondoljuk egészségesnek a bort. Minden bizonnyal azóta, amióta készítjük – ez pedig akár hétezer évet is jelenthet. A kérdés komplexitását jelzi, hogy a mai napig folynak tudományos vizsgálatok annak tárgyában, milyen hatást gyakorol egészségünkre a különböző típusú borok rendszeres fogyasztása.

Jelen ismereteink szerint két irányba érdemes elindulni a válasz keresésében: egyrészt az alkohol, másrészt pedig az antioxidáns hatású vegyületek hatásait kell figyelembe venni.

A borok átlagosan 9-14 térfogat-százalék (v/v%) alkoholt tartalmaznak, amely az erjedés során a szőlőben jelen lévő cukrokból keletkezik. Az alkohol egy tiszta, színtelen, csípős-égető ízű folyadék, melyet a szervezetben a máj bont le és választ ki, kisebb mennyiség azonban a légzés során is távozik belőle, ezt mutatja ki a rendőrök által használt alkoholszonda. **Az alkohol egyike az energiát szolgáltató tápanyagoknak: egy gramm alkohol 7,1 kcal energiát tartalmaz (miközben például ugyanennyi cukor csak 4,2 kcal-t).**

Az emberi szervezetben sokféle hatást vált ki: csökkenti a vércukorszintet, növeli az alapanyagcserét, emeli a vérnyomást, növeli a hőtermelést és közben a hőleadást is, de ismert vízhajtó hatása és az ásványi anyagok felhasználását is befolyásolja. Hosszan tartó, nagyobb mennyiségű fogyasztása azonban a triglicerid-szintet is emeli, ezért gyakoriak a szív- és érrendszeri problémák az alkoholbetegeknél.

A bor és általában a kis töménységű alkoholos italok fogyasztása fokozza a gyomornedv-elválasztást, és növeli az étvágyat.

Napi egy deciliter bor rendszeres fogyasztása esetén a pozitív egészségi hatások között van még a „jótékony” hatású HDL-koleszterin szintjének emelkedése és a vérrög-képződés kialakulási esélyének csökkenése. Egy, a közelmúltban ismertetett svéd ikerkutatás adatai szerint viszont a napi két adagnyi ital már megduplázza a stroke (agyvérzés) kockázatát 60-75 éves kor között, ugyanakkor a csekély mennyiségű fogyasztás védőhatására ez a kutatás is rámutatott.



A rendszeres, de mérsékelt mennyiségű vörösbor-fogyasztás egészségügyi hatásairól több kutatás is készült az elmúlt évtizedekben, és ezeknek köszönhetően tudjuk, hogy valóban **található a szőlő héjában egy olyan antioxidáns, amely védő hatást képes kifejteni a szív- és érrendszeri betegségek esetén.** A kutatások leginkább a [rezveratrol](#), egy polifenol-típusú anyag szerepére koncentráltak. Ezt a növény a szárban, a levelekben és a bogyók héjában állítja elő, méghozzá azért, mert önmagában is gombaölő hatású. A vörösborban körülbelül hússzor nagyobb a koncentrációjuk, mint a fehérborban, a rozé pedig valahol középúton helyezkedik el ebből a szempontból. A nyers szőlővel is elfogyaszthatjuk, de a kutatások rámutattak, hogy az erjedés során a [flavonoidok](#) polimer (összetett) formából egyszerűbb, és jobban emészthetőbb monomer formákká alakulnak, így hatásuk javul.

Antal Emese dietetikus, szociológus, a TÉT Platform szakmai vezetője is elismeri az antioxidánsok pozitív tulajdonságait, sőt azt sem vitatja, hogy a felelős borfogyasztás előnyökkel is járhat, azonban a jótékony és a negatív hatásokat hozó mennyiség között húzódó keskeny mezsgyére is felhívja a figyelmet: „Mivel megbízható kutatások eredményei mutatnak rá, úgy gondoljuk, a rendszeres és kis mennyiségű, minőségi bor fogyasztása inkább előnyös a szervezet egésze szempontjából, hiszen csökkenti például a koszorúér-betegségek előfordulását is. Azonban nem mindegyik és nem mindegy a mennyiség sem. A minőségi vörösbor ebből a szempontból jobb a rozénál és még inkább a fehérbornál. Hamar eltűnhetnek – sőt visszajára is fordulhatnak – az előnyök, ha a mérték a csekély, napi egy deciliteres szintet meghaladja, és közismert, hogy hazánkban közvetve vagy közvetlenül milliónyi embert érint az alkoholbetegség. Ezért nem javaslom, hogy a borban található antioxidánsok adjanak okot a rendszeres, esetleg mértéktelen fogyasztásra” – fogalmaz a szakértő.

Az élelmiszerek reklámozására vonatkozó szabályok kifejezetten tiltják, hogy bármilyen élelmiszernek – különösen az alkoholos italoknak – egészségvédő vagy betegséget gyógyító hatást tulajdonítsunk. Ahhoz pedig, hogy az egyre magasabb szintre jutó hazai borkultúra az egészségünkre is valóban pozitív hatást fejthessen ki, több tényezőnek kellene változnia: legfontosabb az életmódunk egésze lenne. Közismert, hogy táplálkozásunk nem éppen a legegészségesebb, napjaink pedig kiegyensúlyozatlanok, hiszen az ajánlottnál magasabb energia-bevitelhez a szükségesnél kevesebb mozgás, fizikai aktivitás társul.

Forrás: [Tét Platform](#)



Európa élen jár a világ bortermelésében. Az elsősorban a déli területeken koncentrálódó termelés viszonylag zárt piacon működik, melyen a külföldi borok nehezen tudnak érvényesülni. Azokban az országokban azonban, ahol a hazai termelés nem megoldható (pl. Hollandia, Ausztria, Németország, Belgium és az Egyesült Királyság), a piac nyitott a külföldi borok iránt.

A teljes termelés Európában megközelítőleg 172 millió hektoliter volt 2015-ben, ez átlagosan 1,6 százalékos növekedést mutat 2011 óta. 2016 januárjától az új európai uniós szőlőtelepítési programnak köszönhetően a szőlőültetvények területe – annak érdekében, hogy megfeleljen a növekvő globális borkeresletnek – megnövekedett.

Bár a termelési területek növekednek, a fogyasztási adatok csökkenő tendenciát mutatnak. Az európai borfogyasztás a 2015. évi adatok szerint megközelítőleg 122 millió hektoliter volt, ami az előző évek fogyasztási mennyiségeihez viszonyítva 0,2 százalékos csökkenést mutat évente. A bortermelésükről híres országokban az egy főre jutó magas borfogyasztási értékeket a hazai borok fogyasztása adja. **Az egy főre jutó borfogyasztás Európában 2011 és 2015 között meglehetősen stabil maradt, 24-25 literrel.** A hosszabb távú előrejelzések azonban azt mutatják, hogy az egy főre jutó borfogyasztás kis mértékben, de tovább fog csökkenni. Ez részben a változó életmódnak, az alkohol elleni kampányoknak és az egészségügyi problémák ellensúlyozásának következménye lehet.

Az európai bortermelés a déli országokban koncentrálódik. Olaszország, Franciaország és Spanyolország a világ három legnagyobb előállítója, amelyek 2015-ben az európai termelés mintegy 80 százalékát tették ki. Ettől függetlenül növekedési lehetőségek találhatók a kelet-európai piacokon is. Bár ez a piac még mindig kicsi a nyugat- és dél-európai piacokhoz képest, a bor egyre inkább elérhetővé válik. A beruházásoknak és az innovatív marketingstratégiáknak köszönhetően például a romániai borkészítési ágazat piaci értéke növekedett. Az évek során jelentősen fejlődött a borminőség, nőtt a szereplők és a márkák száma is. **Románia jelenleg a hatodik legnagyobb bortermelő Európában.** Bár a borivás hagyománya ezekben az országokban nem olyan erős, mint Európa déli és nyugati részein, a fogyasztás várhatóan növekedni fog az életszínvonal emelkedésének következtében. Az importőrök emiatt nagy szerepet játszanak a borfogyasztók növekvő csoportjának ellátásában.

Mivel a termeléshez szükséges adottságaik nem biztosítottak, **Németország és az Egyesült Királyság messze a legnagyobb európai importőrök,** akiknek a hazai termelése elégtelen a kereslet kielégítésére. Különösen az Egyesült Királyságban figyelhető meg, hogy a hazai termelés hiánya arra ösztönözte a fogyasztókat, hogy kipróbálják a különböző országokból származó borokat. Bár Németország hagyományos bortermelő ország, az importőrök olyan borokat keresnek, amelyek kiegészítik a hazai fogyasztási igényeket.

Az európai termelés magas színvonala miatt az exportpiac jelentős és magasabb az importnál. A vezető európai exportáló országok (Franciaország, Olaszország és Spanyolország) egyértelműen a vezető termelő országok is egyben. Az európai kivitel mintegy 55 százaléka más uniós országokba kerül. Az európai borok számára vonzó uniós kívüli exportpiacok hagyományosan az Egyesült Államok, Japán, Kanada és Szingapúr. Ezekben az országokban a borfogyasztás növekedését látják a szakértők.

További részleteket a [CBI](#) oldalán olvashat.

ÚJ TERMÉKEK



Alkoholmentes „bor víz”

A versenyképesség egyik legfontosabb eleme a folyamatos megújulás, az innováció. Új termékek fejlesztése, régiak újragondolása. De hogyan? Hírlevelünk ezen részében ehhez szeretnénk ötleteket adni, a nagyvilágban újonnan megjelent termékek bemutatásával. Innovációra fel!

Az izraeli [Wine Water](#) nevű startup – természetes forrásvíz valamint a borkészítés során visszamaradó szőlőhéj és mag áztatásával – kifejlesztette O. Vine nevű alkoholmentes italát. Az alkoholmentes italok piacán egyedülálló megoldás termék vörös és fehér változatban egyaránt megkóstolható.



Bor alapú koktélok

A [BuzzBallz](#) bemutatta fémdobozos bor alapú koktélcsaládját. A 13 százalékos alkoholtartalommal rendelkező termékek lime, piros grapefruit, limonádé, csokoládé és [horchata](#) (krémes mandulaízű ital) ízekben kóstolható meg. A természetes levekből és prémium borokból készülő termékek bárhol kellemes felfrissülést nyújtanak.



Gin ízű sajt

A sajt és a gin szerelmesei számára a [Wensleydale Creamery](#) és a [Manson Yorkshire Gin](#) kidolgozta a gin ízű sajtot. A krémes sajtot a gin hozzáadása mellett a karamellizált narancs teszi egyedülállóvá.

ÚJ TERMÉKEK



Cheddar kréker

A [General Mill](#) gyermekek számára bevezette „Bunny Tail” (nyuszi farkinca) nevű gluténmentes cheddar kréker termékét. A mesterséges aromaanyagoktól, színezékektől és tartósítószerektől mentes sajt ropogtatnivalók a nyuszik pamacsos farkincájára emlékeztető mintát kaptak. A termékcsalád a gyermekek számára kínál természetes és egyben tápláló nassolnivalót.



Fekete tejcsokoládé

A Mondelez tulajdonában lévő [Cadbury](#) az Egyesült Királyságban „Darkmilk” névre keresztelt táblás csokoládéjával bővítette termékcsaládját. A 40 százalékos kakaótartalommal rendelkező új termék ötvözi a fekete csokoládé kesernyős ízét a tejcsokoládé krémességével.

Ecetes italok



Az angol [Soupologie](#) cég megjelentette ecetesital-termékeit. A vegán termékek élő kultúrákat tartalmaznak azzal a céllal, hogy támogassák a fogyasztók emésztőrendszerét a modern táplálkozás okozta problémák leküzdésében. Az ecetes italok 250 milliliteres palackokban kerülnek forgalomba kivi – kelkáposzta, eper – bazsalikom – fekete bors, kókusz – lime és kurkuma – alma cider ízekben.



Az egészséges mindennapokra koncentráló fogyasztók igyekeznek csökkenteni alkoholfogyasztásukat. Az [alkoholtartalom-csökkentés](#) bizonyos italok esetében (pl. sör) már megkezdődött, azonban a borok számára továbbra is potenciális rés piacot jelenthet. Azonban a természetességre vágyó fogyasztói közönség számára vonzóbbak azok a termékek, amelyek alkoholtartalma természetüknél fogva alacsonyabb. Mindemellett a bio, a fenntarthatóság, a „fairtrade” és a környezetbarát továbbra is kívánatos hívószavak a borfogyasztó közönség számára.

A francia fiatalok körében az édes fehérborok kezdenek kimenni a divatból, helyettük egyre népszerűbbek a [száraz borok](#). Az édes borok fogyasztása inkább a 60 év körüli fogyasztókat jellemzi. Ennek egyik oka lehet, hogy az édes bort inkább a libamájjal és a desszertekkel kötik össze, addig a száraz borok inkább aperitifként és kevésbé megterhelő ételek (pl. hal, fehér húsok, sajt) kísérőjeként szolgálnak.

A fiatalok fogékonyabbak a [szokatlan kislezerelési](#) méretek, megoldások (pl. fémdoboz) iránt, mint az idősebb fogyasztók – derül ki egy Ausztráliában készített tanulmányból. Ennek alapján a borok csomagolásfejlesztése a célcsoportok igényeinek figyelembevételével mellett piaci előny szerzését jelentheti.

A nők és a férfiak borválasztási és -fogyasztási szokásaiban nem figyelhető meg jelentős különbség. Egy friss [jelentés](#)ből kiderül ugyanis, hogy a két nem képviselői egyenrangúak mind a fogyasztás területén, mind pedig a borok ismeretét illetően. Különbségként említhető, hogy **az egyre inkább elterjedő fogyasztói igények, mint a fenntarthatóság vagy az etikusság iránt inkább a nők nyitottabbak, nagyobb hányaduk veszi figyelembe ezeket a szempontokat a vásárlás során.**

A szupermarketeknek köszönhetően a [saját márkás](#) borok jelentősége folyamatos növekedést mutat az Egyesült Államokban. Amíg a '90-es években a helyi üzletekben zajlott a borok vásárlása, addig napjainkban ennek hangsúlya egyre inkább a szupermarketekbe helyeződik át. A hazai kereskedelmi márkák és a szupermarketek jelentőségének fokozódásával érdemes a borok iránti növekvő igényre is felkészülni.

Borok címkézésének csapdái



A boros címkék szerepe napjainkban sokkal fontosabbak, mint valaha. A rosszul megválasztott valamint kivitelezett címkék nem érhetik el a kellő és elvárt hatást.

A boros címke központi szerepet játszik a borok marketingjében, de – néhány kivételtől eltekintve – gyakran ez az utolsó dolog, amire az előállító a termék elkészítésének befejezése előtt gondol. Ez sajnálatos, mivel a visszajelzések egyre inkább azt igazolják, hogy a formatervezés és a címkézés fontos a fogyasztók számára, valamint hogy a vizuális jelek központi szerepet játszanak abban, hogy az agyunk milyen döntéseket hoz. **Egy márka pozicionálásánál jelentős szerepet játszik a címkézés.** Például a legfrissebb kutatások azt mutatják, hogy a rendszeres borfogyasztók 45 százaléka úgy gondolja, hogy a bor kiválasztásakor fontos a megjelenés, és 75 százalékuk szerint fontos a márka felismerhetősége.

A formatervezési elemek kettős funkcióval rendelkeznek, amiket fontos megkülönböztetni. Egyrészt esztétikai értékük a színeken, formákon, képeken és tipográfiákon alapul; másrészt – és ez a legfontosabb – felismerhetővé teszik a terméket. Bár az esztétikai érték az egyén preferenciájának eredménye, a felismerhetőség attól függ, hány fogyasztót vezérel, hogy a tervezési jellemzők alapján válasszon. A tervezési elemek összképe segít a fogyasztóknak, pontosabban a fogyasztó agyának, hogy könnyen megtalálja az adott bort a boltban. **Egy ismert bor olyan, mint egy ismert arc: tudat nélkül felismerjük azt akkor is, ha sétálunk egy forgalmas utcán és nem is figyelünk.**

A címkézési projektek sikertelenségének három leggyakoribb oka:

„Trendiségre törekvés”

A gyártók nehezen találják meg a megfelelő színeket, formákat vagy a címke más elemeit, amivel felkelthetik a fogyasztók figyelmét. Néha rossz tanácsot kapnak (pl. kövessék a legújabb formatervezési trendeket az olyan elemek rovására, amelyek segíthetnek a fogyasztók agyának felismerni a bort a polcokon). Ezeket az értékes azonosítási elemeket nagyon sok időbe telik felépíteni, de egy meggondolatlan tervező gyorsan lerombolhatja.

Elveszve a részletekben

Mikor volt az utolsó alkalom, amikor látott valakit egy boltban ahogy a terméket hosszasan vizsgálhatja? Még a borfolyosón is – ahol a tartózkodási idők általában hosszabbak – egy címke kevesebb mint egy másodpercig közvetíti üzenetét. Tapasztalatok szerint a fogyasztók kedvelik a könnyen felismerhető és az egyértelmű információval rendelkező termékeket. Még mielőtt bármiféle közeli vizsgálatot tenne, a bornak kell először kitűnnie a széles választék közül.

Kreativitás rossz helyen

A kreativitás nagyon fontos a marketingfolyamathoz, mivel a bornak – mint minden fogyasztási cikknek – folyamatosan új fogyasztókat kell megnyernie, illetve újra vissza kell vonzania vagy éppen megtartania a régieket. A kreatív megjelenítések, a reklámok, a márkapartnerségek, a cikkek és az ajánlások, az innovatív márkahírek és az új termékek mind segítenek a márka felismerhetőségében és abban, hogy beszédtémává válhasson.

A gyártók, a borkereskedelem szakemberei és a borcímke-tervezéssel foglalkozók nem reprezentálják a piacot, és a teljes értékesítés csekély hányadáért felelősek. Tehát mindig jó ötlet, hogy teszteljük az igazi mindennapi fogyasztókat, amikor meg szeretnénk vizsgálni a csomagolás elemeket. Ezt a következő kérdések feltevésével tehetjük meg: Mik a címke meglévő elemeinek az erősségei? Mely elemek fontosabbak, és melyek kevésbé fontosak? Valóban segít egy új design? Az új design kapcsolódik a márkához, vagy nagyon eltérő attól? Az új formatervezés jobban elnyeri a célcsoport figyelmét? A formatervezés távolról is jól felismerhető? Ezen kérdésekre adott válaszok alapján nagy lépést teszünk afelé, hogy eltávolítsuk azokat a haszontalan elemeket, amelyek megzavarják a fogyasztót és kiemeljük azokat, amelyek segítik.

További részleteket a [Wine intelligence](#) oldalán olvashat.

A márka erősítésének vannak sajátos csomagolástervezési eszközei, amelyek segítségével a termékgyártók és a forgalmazók a már bevezetett termékeiket ismételten és céltudatosan hódító útra indíthatják. Ha egy vállalkozás már tudatosan felépített márkával van jelen a piacon, meg is találta a helyét, és jók az eladási mutatók. Azonban ez a helyzet könnyen megváltozhat, ha nem keresi meg a megoldást az ismertség fenntartására, fokozására.

A limitált (korlátozott idejű és példányszámú) kiadásban piacra küldött csomagolás harsányan sugallhatja a márka vizuális elemeit, logóját, színeit és jellegzetességeit, amelyeket a vevők már megismertek, de ilyenkor megszabadíthatjuk a csomagolástervet néhány olyan kötöttségtől, amelyeket a törvények diktálnak és sok esetben kényszerzubbonyba öltöztetik az eladásra szánt terméket.

A gyártók és a kiskereskedők számára egyaránt fontos a márkaérték fenntartása és megújítása. Így a piac szereplőinek meg kell ragadnia azokat az alkalmakat, amelyek lehetőséget biztosítanak a már piacon lévő csomagolásokban forgalmazott termékek újbóli megismertetésére, sajátos eszközrendszerek alkalmazásával. **Ilyenkor a termék csomagolásának egyik fő küldetése, hogy létrehozza a személyre szabott, különleges életérzés sugallatát, és azt a kizárólagosság érzést, amit az ajándékozás szándéka közvetít.** Az egyedi megjelenés tükröz egyfajta presztízserzést, ami támogatóan hat az eladási mutatókra.



Ha a limitált csomagolások megjelenésének vizuális trendjeit és kreatív formai kialakítását vizsgáljuk, akkor azt látjuk, hogy ahogyan a nyomdatechnika és a papíripar fejlődik, az alapanyagok választéka pedig szinte határtalanná válik, csak a tervezői fantázia, illetve a kivitelezés költségei szabnak határt a speciális kollekciók létrehozásának. **Ezen termékek csomagolásának egyik vonzerejét jelentheti, ha másodlagos funkciót is kielégít:** a csomagolás tovább él mint praktikus tárolódoboz, vagy akár díszítőelemként is jelen lehet a konyhában, fürdőszobában vagy a lakókörnyezet egyéb tereiben.

A limitált kiadások nem kizárólag gazdasági szempontok miatt fontosak. A csomagolásokon, napjaink merész vállalkozásaként, megjelennek ismert művészek alkotásainak reprodukciói vagy éppen napjaink hőseit, celebeit ábrázoló fotók, amelyek pozitív életérzés közvetítésére is alkalmasak. Nem egyszer előfordul, hogy egy-egy ismert márka tulajdonosa által piacra dobott limitált kiadású termékének csomagolása gyűjtők szenvedélyeként hosszú időre „életben marad”, és még az utókor számára is maradandóvá válik. Ennek természetesen a sajátosan megalkotott forma- és színharmónia is feltétele.

A limitált kiadásnak sajátos lélektana van, amelyet figyelembe kell venni a kommunikáció során is. A limitált kiadással kapcsolatban nem lehet „tömegcikk” érzésünk, még akkor sem, ha valójában arról van szó. A kommunikációnak rá kell erősítenie erre, ki kell emelnie a többi termék közül, világosan elmondva és éreztetve, mitől különleges élmény egy ilyen termék megszerzése. Ami minden esetben tetten érhető kell legyen, az a valóban **„személyesen nekem”** érzés. Ez nem feltétlenül azt jelenti, hogy egyetlen darabot gyártottak belőle csakis nekem, inkább azt, hogy valaki most nagyon eltalálta, milyen vagyok, mire vágyom, illetve milyen is a szűk, megkülönböztetett csoport, amelynek én is tagja vagyok, vagy szeretnék lenni. A fogyasztó különlegesnek, egy szűkebb csoporthoz tartozónak érezheti magát így a választása miatt. Amire érdemes ügyelni a kommunikáció során, hogy **a limitált kiadás ne kannibalizálja az eredeti terméket**, egyértelműen támogassa azt a hosszú távú marketing célok elérésében, erősítse a „love brand” érzést, de hagyjon betölthetetlen űrt maga után, amikor eltűnik a fogyasztók előtt.

Az élelmiszeripar területén határtalan számú lehetőség kínálkozik a korlátozott kiadásra. Ha a forgalmazó úgy látja, hogy csökken a kereslet a terméke iránt, vagy erős konkurenciától kell tartania, remek megoldás a limitált kiadású termékek piacra dobása. Nagyon fontos, hogy a csomagolás felvállalja azt a szerepet, hogy izgalmat tudjon kelteni, érzelmi hatást tudjon kifejtetni, és a márkahűséget erősítve, vizuális üzenetével magához tudja láncolni a vevőket.

A napjainkban felkínált eszközök nem ismernek határokat, nagyon fontos viszont, hogy professzionális alkotókra bizzuk az alkalmazások kifejlesztését; nem elég a technikai tudás, a szakmai felkészültség is kulcsa a befektetések megtérülésének.

További részleteket a [termékmix](#) oldalán olvashat.

Borászati melléktermékek hasznosítása



Lélegző szőlő



A bor előállítása során a szőlő kb. negyede (szár, mag, héj stb.) kárba vész. A nebraskai egyetem kutatói sikeresen hasznosították a melléktermékeket különböző célokra, például a zsíros élelmiszerek eltarthatóságának növelésére.

A borászat világviszonylatban évente mintegy 14 milliárd tonna törkölyt termel, amely szermaradvány- és műtrágyatartalma miatt a környezetbe, vizekbe jutva szennyező. A talaj pH-értékét a savas irányba tolhatja, illetve a hulladéklerakókban elhelyezve vonzza a kártevőket és a rágcsálókat, amelyek további betegségeket terjeszthetnek.

A törkölyt gyakran komposztálják, vagy egyes borászok gyengébb „második bort” készítenek belőle. **Az egyetem kutatói a melléktermékek felhasználásának mértékét növelve és a környezeti szennyezést minimálisra csökkentve antioxidánsokat, szőlőolajat és rostokat vontak ki a törkölyből.** Az antioxidáns összetevők, illetve a szőlőmagolaj étrend-kiegészítőkben, a gyógyszeriparban és a kozmetikai iparban egyaránt kedvelt alapanyag. A természetes antioxidáns vegyületek mindemellett alkalmasak magas zsírtartalmú élelmiszerek – mint például a majonéz – avasodásának megelőzésére.

A csoport további munkájának része annak azonosítása, hogy a törkölyből kivonható polifenolok hatékonyak-e olyan élelmiszerpatogénekkal szemben, mint az [Escherichia coli](#) vagy a [Salmonella](#).

További részleteket a [New Food](#) oldalán olvashat.

Ausztrál kutatók felfedezték, hogy a szőlő lélegzése során tapasztalható oxigénhiányos állapot kapcsolatban áll a már korábban azonosított sejtpusztulással.

A szőlők sejtpusztulásának jelensége már egy évtizede ismert tény, mely kapcsolatba hozható az érés során tapasztalható különböző problémákkal. A kutatók azóta próbálják megfejtetni, hogy mi okozza valójában a pusztulást és azt, hogy az oxigénnek milyen jelentősége van mindebben. A jelen kutatás rámutat, hogy érés során a szőlő belső oxigénhiányban szenved, amely szoros kapcsolatban áll a sejtpusztulással. A hiányos állapotot tovább fokozza a nagyon magas hőmérséklet, amellyel az éghajlatváltozás miatt számolnunk kell. Az oxigénellátottság szempontjából fontos a kocsány felületén található apró pórusok működése. A Chardonnay szőlő esetében ezen pórusok blokkolása jelentősen növelte a sejthalálozást, míg a Shiraz – amelynek pórusai kisebb területen helyezkednek el – ellenállóbb volt a magas hőmérséklettel, és így a sejtpusztulással szemben.

A felfedezés számos további kérdést vet fel a légzés esetleges hatásával kapcsolatosan, mint például a szőlő és a belőle készíthető bor minősége, vagy akár a klímaváltozás miatti fajtaválasztás jelentősége.

További részleteket a [New Food](#) oldalán olvashat.

Hosting szolgáltatások



Az élelmiszeripari vállalatok adatai biztonságban tudhatók hosting szolgáltatások igénybevételével. A hosting szolgáltatók lehetővé teszik a cégek számára a költséghatékonyabb szerver- és weboldal-üzemeltetést.

Amikor egy vállalat **hosting szolgáltatásokat** vesz igénybe, **szervererőforrás-bérlés** történik. A bérlés során **a felhasználó** egy, a rendszer által **dedikált tárhelyet foglal el**. Egy kiszolgáló **szervererőforrásai** ilyenkor **több felhasználó között oszlanak meg**. A hosting szolgáltatások két fő csoportja a **webhosting** és a **VPS (Virtual Private Server)**. A webhosting szolgáltatás keretein belül olyan **előre konfigurált tárhely és szerveralkalmazás** vehető igénybe, mellyel **weboldalak és levelezések szolgálhatók ki**. A VPS szolgáltatás során kisebb, **önálló virtuális szerverekre különülnek el a nagy teljesítményű fizikai szerverek**. Egy VPS **külön operációs rendszerrel** rendelkezik, melyen **egyedi szolgáltatások** futtathatók.

A **webhosting szolgáltatásai** közé tartozik a **DNS (Domain Name System)**, vagyis a weboldal eléréséhez szükséges domain-kiszolgálás és -konfigurálás, valamint az **FTP (File Transfer Protocol)**, vagyis az állományátvitelt szolgáló szabvány. A webhosting szolgáltatásaihoz tartozik továbbá a **webtárhely** (weboldalak megjelenítésére szolgáló tárterület), az **adatbázis** és a **levelezés** is. Az adatbázis-kezelés kifejezetten fontos, hiszen a legtöbb dinamikus **weboldal tartalmának és felhasználóinak tárolásához** manapság már **elengedhetetlen egy adatbázis-kapcsolat**. A domainhez **levelezés is beállítható**, így **saját, egyedi postafiók hozható létre** a vállalkozás számára.

A webhosting szolgáltatások segítségével a **weboldalak és az azokhoz tartozó tartalmak könnyedén létrehozhatók**, valamint a vállalat **minden** weboldallal és levelezéssel kapcsolatos **teendője egy helyen kezelhető**. A webhosting szolgáltatások **költséghatékony megoldást** biztosítanak **az élelmiszeripari vállalkozások számára**.

VPS-bérlés során egy vállalat **saját dedikált szerverhez** juthat **hardver beszerzése nélkül**. Manapság a legtöbb VPS-t biztosító cég **Cloud VPS szolgáltatást** nyújt. A Cloud VPS szolgáltatás lényege, hogy **egy eszköz meghibásodása nem okozhatja a felhőben futó szerverek leállítását**, mert a többi rendszer átveszi a kiszolgálási funkciókat. A Cloud VPS ezáltal **nagymértékű rendelkezésre állást biztosít** a vállalkozások számára.

A VPS legnagyobb előnye az élelmiszeripari vállalkozások számára, hogy **nem szükséges hardvert vásárolniuk és egy professzionális szervert egy szerverteremben elhelyezniük**, mégis **teljes értékű saját szerverhez** jutnak, **beruházási költség nélkül**. **A webhosting szolgáltatások** az élelmiszergazdasággal foglalkozó cégek számára **megbízható weboldal-üzemeltetést biztosítanak**. Bár a VPS használata elsőre bonyolultabb lehet, mint egy webhosting szolgáltatásé, azonban a **szabad konfigurációs lehetőségek, a rugalmas erőforrások, valamint a saját operációs rendszer által nyújtott lehetőségek miatt** néhány vállalkozás számára **a VPS a legjobb megoldás**.

Szerző: [IKRON Kft.](#)

[Hosting szolgáltatások](#)



A mediterrán diétát a világ egyik legegészségesebb étrendjeként tartják számon a táplálkozástudósok, emberek milliói pedig a legfinomabbnak rangsorolják. Egyre növekszik az érdeklődés a mediterrán táplálkozási mód iránt, amely napjainkban népszerűbb, mint valaha.

A több országot összefogó mediterrán étrend a táj és a konyha összefüggő kapcsolatának eredménye. A mediterrán étrendnek része a „földtől az asztalig” szemlélet. Az UNESCO reprezentatív listája komplex módon úgy jellemzi a mediterrán diétát, mint a növénytermesztést, a betakarítást, a halászatot, az állattenyésztést, a tartósítást, a feldolgozást, az elkészítést és kiemelten az ételek elfogyasztását magába foglaló készségek, tudás, valamint hagyományok összességét. A mediterrán diétának évezredes hagyományai vannak, azonban a Földközi-tenger térségében élő lakosság étrendjét összefogó táplálkozási jellemzők meghatározására csak a XX. század derekától használatos. Ancel Benjamin Keys amerikai táplálkozástudós nevéhez fűződik a kifejezés megalkotása, aki munkásságával hozzájárult a táplálkozási betegségek és a nyugati életmód közötti kapcsolat bizonyításához, valamint tudományos alapot biztosított a tradicionális mediterrán étrend egészségre gyakorolt hatásairól. A mediterrán táplálkozás elnevezés is az ő nevéhez köthető, 1975-ben feleségével közösen kiadott szakácskönyvükben olvasható először. A mediterrán étrend egy gyűjtőfogalom, több változata létezik, ugyanis a Földközi-tenger térségében élő népek kultúrája, hagyományai, szokásai, vallása és életmódja is különböző. Más összetételű a termőtalaj, különbségek vannak a növénytermesztés, az állattenyésztés és az ételkészítés technikai között, ennek következtében a táplálkozási szokásokban is eltérések mutatkozhatnak. Ráadásul nemcsak nemzetenként vannak különbségek, hanem országokon belül is. A térség sokszínű étkezési kultúrája mellett a mediterrán táplálkozás jellegzetes és meghatározó vonásai azonban minden helyi változatban jelen vannak. A mediterrán stílusú diéta alapja a növényi eredetű táplálékok bősége, a nagy mennyiségben fogyasztott teljes kiőrlésű gabonatermékek, zöldség- és gyümölcsfélék, valamint elengedhetetlen összetevő az olívaolaj. Az étrendben rendszeresen szerepelnek hüvelyesek, olajos magvak és fűszernövények. A mediterrán népek mérsékeltebben fogyasztanak tejet, tejtermékeket, előnyben részesítik a szárnyas húsokat a vörös húsokkal szemben, valamint gyakran kerülnek halak és a tenger gyümölcsei az asztalukra. A mediterrán diétának szerves része még a rendszeres, de mértéktartó borfogyasztás is.

További részleteket az [MDOSZ](#) oldalán olvashat.

ESEMÉNYNAPTÁR

Nemzetközi kiállítások és vásárok



2019. április 1-2.	Párizs, Franciaország	Sandwich and Snack Show	Snack és on-the-go termékek rendezvénye.
2019. április 2-3.	Varsó, Lengyelország	Packaging Innovations	Nemzetközi csomagolóipari kiállítás.
2019. április 7-10.	Verona, Olaszország	Vinitaly	Nemzetközi borászati és rövidital kiállítás.
2019. április 7-10.	Verona, Olaszország	Sol	Nemzetközi extra szűz olívaolaj kiállítás.
2019. április 9-11.	Sanghaj, Kína	China Refrigeration / CR Expo	Hűtött és fagyasztott élelmiszerek nemzetközi kiállítása.
2019. április 10-12.	Kijev, Ukrajna	Food Expo	Nemzetközi élelmiszeripari kiállítás.
2019. április 13-15.	Drezda, Németország	Sachsenback	Sütő- és édesipari kiállítás.
2019. április 16-18.	Biskek, Kirgizisztán	Foodexpo Kyrgyzstan	Nemzetközi élelmiszeripari kiállítás.
2019. április 16-18.	Krasznodar, Oroszország	Vinorus	Borászati kiállítás.
2019. április 17-19.	Peking, Kína	AIFE	Nemzetközi import élelmiszer kiállítás.
2019. április 17-19.	Peking, Kína	Global Oil	Nemzetközi minőségi olajipari kiállítás.
2019. április 17-19.	Tokió, Japán	Wine & Gourmet Japan	Nemzetközi borászati és ínyencétel-kiállítás.
2019. április 18-21.	Szöul, Dél-Korea	Sweet Korea	Nemzetközi desszert és kávéipari kiállítás.
2019. április 30. – május 2.	Toronto, Kanada	SIAL Canada	Nemzetközi élelmiszeripari kiállítás.

A Kamara a jövőben még kiemeltebb figyelmet fordít élelmiszeripari tagjaira – ennek jegyében kezdte meg munkáját 2018. szeptember 3-án a NAK élelmiszeriparikoordinátor-hálózata. Ezáltal a kamarai szolgáltatások, valamint az Élelmiszeripari Igazgatóság által végzett tevékenységek és nyújtott lehetőségek könnyebben megismerhetők, elérhetőek lesznek tagjaink számára.

A koordinátorok révén a tagok szélesebb rálátást kapnak a Kamara illetve az Élelmiszeripari Igazgatóság tevékenységeire, elért eredményeire, valamint közvetlen információkhoz jutnak az őket érintő meglévő és bevezetni kívánt kamarai szolgáltatásokról, tervezett tevékenységekről. Ezen túlmenően a tagok naprakész információkat kapnak a jogszabályi és pályázati változásokról, szakmaspecifikus hírekről, tájékoztatókról, innovációs, valamint kutatás-fejlesztési irányokról, termékfejlesztési lehetőségekről, piaci trendekről és korszerű technológiákról.

Szakmai kérdéseikkel a jövőben bizalommal fordulhatnak a területileg illetékes élelmiszeripari koordinátorhoz is, aki készséggel segíti munkájukat.

Észak-Magyarország – Szabó Attila (+36 30 935 13 82, szabo.attila@nak.hu)

Észak-Alföld – Gál Alla (+36 70 490 62 05, gal.alla@nak.hu)

Dél-Alföld – Honti Péter (+36 70 508 70 67, honti.peter@nak.hu)

Közép-Magyarország – Domán Tamara (+36 70 504 85 66, doman.tamara@nak.hu)

Közép-Dunántúl – Turcsányi Sándor (+36 30 868 62 96, turcsanyi.sandor2@nak.hu)

Nyugat-Dunántúl – Kirimi Zoltán (+36 70 523 99 75, kirimi.zoltan@nak.hu)

Dél-Dunántúl – Eckert Zoltán (+36 70 508 70 65, eckert.zoltan@nak.hu)

„Tanuljunk együtt!” – Juh- és kecsketej
feldolgozás Franciaországban



Juh- és kecsketej feldolgozása témában szervezett franciaországi tanulmányutat a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara Élelmiszeripari Igazgatósága.

2018. október 15-19. között – részben kamarai finanszírozás mellett – 12 kecske-, és juhsajt előállító kamarai tag szakembere vett részt az egyik legismertebb francia mezőgazdasági iskolában, a carmejane-i mezőgazdasági technikum sajtműhelyében technológiai szakmai tanulmányúton. A csoportban kézműves sajtkészítők, mezőgazdasági és élelmiszeripari családi vállalkozások és tejipari kisüzemek szakemberei egyaránt voltak.

A program résztvevői valós üzemi gyártás közben sajátíthatták el a savas alvasztású friss túrósajtok és krémsajtok, valamint a kecsketejből kézműves technológiával képenészes sajt gyártását, továbbá az úgynevezett TOME típusú félkemény sajt érlelt változatának juhtejből készítését. A gyártástechnológiai ismeretek mellett lehetőség nyílt tanulmányozni a francia farmgazdálkodók saját termelésű termékeinek forgalmazására létrehozott szövetkezeti üzletek működtetését is. A program záró napján a résztvevők elméleti előadást halhattak a francia kis családi farmgazdaságok integrációjáról, illetve lehetőség nyílt egy családi farmon a tulajdonosokkal tapasztalatcserére a saját alapanyag-termelés és -feldolgozás valamint azértékesítés helyzetéről. A szakemberek és a Kamara vezetése is arra számít, hogy kiváló minőségű, a hazai kínálatot bővítő, és jól értékesíthető sajtok kerülnek majd kereskedelmi forgalomba a megszerzett ismereteknek köszönhetően. Az Élelmiszeripari Igazgatóság a tavaly indult kezdeményezésnek megfelelően, további hazai és külföldi szakmai képzéseket szervez úgy a tej-, és húsipari, valamint más élelmiszeripari ágazatokban működő vállalkozások számára.

FELHÍVÁS

Folytatódik az „Együtt az élelmiszeriparért” konferenciasorozat

A Nemzeti Agrárgazdasági Kamara (NAK) Élelmiszeripari Igazgatósága 2018 utolsó negyedévében elindította „Élelmiszeripari konferencia” elnevezésű rendezvénysorozatát. **A konferencia célja a hazai élelmiszer-előállítói kör tájékoztatása, ismereteinek bővítése, valamint hatékonyságuk növelése, versenyképességük erősítése.** A NAK fontosnak tarja, hogy minél több élelmiszeripari tevékenységhez kapcsolódó területre kiterjedően tudjon jól hasznosítható információkat nyújtani tagjainak, így a rendezvényeket az iparági sajátosságok figyelembevételével szervezi meg.

A sorozat első állomása a csomagolásfejlesztés témájában került megrendezésre, ahol neves előadók segítségével kaptak a résztvevők átfogó képet. A konferencia az alábbi rendezvényekkel folytatódik:

- [Vállalatirányítási új irányelvek](#) – Budapest, 2018. november 20.
- [Új marketing trendek](#) – Budapest, 2018. december 4.
- **Élelmiszerhigiéncia és -biztonság közepes- és nagyvállalatoknak** – Budapest, 2019. január 15.
- **Élelmiszerhigiéncia és -biztonság mikro- és kisvállalkozásoknak**
 - Debrecen, 2019. január 22.
 - Kecskemét, 2019. január 23.
 - Veszprém, 2019. január 24.

A budapesti rendezvények a [Rubin Wellness & Conference Hotelben](#) lesznek. Az „Élelmiszeripari konferencia” rendezvénysorozatról részletesebben a NAK portálján tájékozódhat.

További információ: papa.eniko@nak.hu

4. magyar – ghánai üzleti fórum



A Külgazdasági és Külügyminisztérium valamint a NAIK társszervezésében 2018. november 21-23. között megrendezésre kerül a **4. magyar-ghánai (angol nyelvű) üzleti fórum**. A rendezvény fővédnöke dr. Nagy István agrárminiszter, illetve Ibrahim Awal ghánai üzletfejlesztési miniszter.

A fórum célja az általános üzleti kapcsolatok fejlesztésén túl a két ország vállalkozói közötti együttműködési lehetőségek feltérképezése a mezőgazdasági feldolgozóipar vonatkozásában. Magyarország accrai nagykövetsége kiemelten perspektivikus területként a **gyümölcs- és zöldségfeldolgozást, a növénytermesztést, a takarmányozást, az állattenyésztést (sertés, baromfi, halgazdálkodás, méhészet), a húsfeldolgozást**, illetve a **csomagolóipart** jelölte meg.

A ghánai delegáció tagjai célirányosan – a nyugat-afrikai ország iparfejlesztési törekvésével összhangban – a fent vázolt ágazatok feldolgozóipari üzemének létesítésében és üzemeltetésében, illetve termesztési és állattenyésztési technológiák átadásában keresnek magyar partnert. A ghánai részvevők szervezése a központ ([GIPC](#)), a Vámmentes Ipari Övezetek Hatósága ([GFZA](#)), valamint a Ghánai-Magyar Üzleti Tanács (GHUBC) koordinálásával történt.

November 21-én a gödöllői Grassalkovich-kastélyban rendezik meg az ülés plenáris fórumát, amelyet B2B-tárgyalások követnek. November 22-23-ára helyszínlátogatásokat is szerveznek a résztvevő cégek számára.

A programon való részvételi szándékát a trade.acc@maf.gov.hu email-címen tudja jelezni.

*Várjuk észrevételeit,
megjegyzéseit!*

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