

# élelmiszer

food & non-food | fmcg szaklap | [www.elelmiszer.hu](http://www.elelmiszer.hu)

XXIII. évfolyam | 2015. 03. szám | Ára: 990 Ft

## Ez a nap más, mint a többi...

Teljesen átalakult  
a vasárnapi kereskedelem



**Transzsírsav:**  
Hogyan ellenőriz a NÉBIH?

**Médiaköltés:**  
Még mindig a televízió a legnépszerűbb

20% feletti  
értékesítés-  
növekedés,  
köszönhetően  
a fogyasztók aktív  
bevonásának.

Ön is ezt  
szeretné?

**trnd**

[www.trnd.hu/elelmiszer](http://www.trnd.hu/elelmiszer)



Méltóbb helyet követel magának a tojás

## Divattá tehető az egyik legegészségesebb táplálék?

**A kereskedelem szereti az átlagos tojást, azzal kevesebb a munkája – állítja egy tojástermelő. Viszont a tyúkok nem csak átlagos méretű tojást tojnak. Emiatt az M-es méretű tojás iránt kielégíthetetlen a kereslet, az L méretű (hiába olcsóbb kg-ra vetítetten) tojást nehéz eladni, ugyanakkor a kicsi, ám kg-ra vetítetten mégis drága S méretért egyenesen sorba állnak a vevők. Ez csak egy vélemény, a tojás-kínálat ezernyi arcát nehéz kiismerni.**

Egy szezonális időszak után mindig nagy kihívást jelent a tojótyúk tartóknak a friss tojás forgalmának megtartása, a vevői érdeklődés növelése. Ezen időszakokban ár akciókkal és kereszt promóciókkal igyekszünk felkelteni a fogyasztók figyelmét. A tojáshoz kapcsolt akciókban a vásárlók által jól ismert Gyermelyi termékekkel igyekszünk támogatni a forgalmat – mondja *Bokros Gábor*, a Gyermelyi Zrt. marketing igazgatóhelyettese.

### TÖBB TOJÁST KÍNÁL A GYERMELYI

A polcképek kialakításában a származási ország kihangsúlyozása egy jó irány lehet a megkülönböztetésre. Bokros Gábor kifejti, az elmúlt két évben növekedett a tojás forgalmuk. A Gyermelyi Tojás Kft. Magyarország legnagyobb tojástermelője, évente 150 millió darab tojást szednek össze a baromfi ólaikból. A tojások egy részét alapanyagként használják fel a tésztagyárakban, a fennmaradó részt héjas tojásként értékesítik. A Koronás védjegyet egyre több kereskedelmi partner ismeri, és ami még fontosabb, elismeri. A védjegy által előírt szigorú feltételrendszer biztosítja mind a kereske-

dő, mind a fogyasztó számára. Az egységár feltüntetésében tett változtatások nem változtatták meg alapvetően a fogyasztók vásárlási attitűdjét, de lehetőséget biztosítanak a korrekt és igazságos összehasonlításhoz.

tás élettani, biológiai előnyei bemutatásának. Az egészséges életmód – benne táplálkozás – fontos részeként lehet és kell a tojásfogyasztást népszerűsíteni. A tojást népszerűsítve el kell oszlatni egy korábbi, de igen

### Egyre keresettebbek

### a brand termékek, azon belül

### a prémium kategória.

A funkcionális, vagy a különleges tojásokról szólva Bokros Gábor elmondja, termékpalettájukon megtalálható a Gyermelyi extra sárga tojás, ám a termékör bővítésén nem gondolkoznak. A fogyasztók szinte egyáltalán, vagy csak nehezen hajlandók megfizetni a funkcionális termékek többletköltségét.

### REMEK ÉS TERMÉSZETES TOJÁS A HÍRŐS FARMRÓL

„A húsvéti és a karácsonyi ünnepek mellett valamennyi időszakban fokozni kell a fogyasztók érdeklődését a tojástermékek iránt – kapcsolódik az eddig elmondottakhoz *Kollár Csaba*, a Hírös Farm Kft. ügyvezetője. Ebben igen nagy szerepe lehetne a tojásfogyasz-

erősen berögzült tévhitet, miszerint káros vérkoleszterin növelő hatása van a tojásfogyasztásnak. A marketing eszközök széles tárházával élhetünk, a sütős-főzős műsorok, webes tartalmak és a print lapok nézettsége, olvasottsága nagy, és folyamatosan emelkedik, amelynek reklámértéke egyre nagyobb.

Kollár Csaba nem rejti véka alá a véleményét, úgy fogalmaz, a tojáspultok az áruházak legrendezetlenebb polcai. Nincsenek márkák, sok az importból származó, ismeretlen minőségű – sokszor átmagyarított – tojás, illetve a kínálatban sok a vegyes méretezésű, nem szabványosított termék. A polcképet a tojás származása, minősége és az

egységára mentén szegmen-  
tálná. Javaslatának a lényege,  
minden esetben egy jól átlátha-  
tó polckép fogadja a vevőt, hogy  
mindenki könnyen, gyorsan meg-  
találhassa a saját elvárásának  
megfelelő terméket. Mint a bo-  
roknál, külön csoportban kapjon  
helyet a magyar tojás és külön  
az import, ezen belül a polc alsó  
részén legyen a standard, felül  
a prémium kínálat. A sorba ren-  
dezés szempontja (különösen  
a standard termékekénél) a Ft/kg-  
ban mért egységár lehetne, mivel  
a darabár mindenkit becsap.

Kollár Csaba megjegyzi, a pré-  
mium kategóriát maga a keres-  
kedelem rontja el, amikor a valós

szerezhetőség se lép fel kellő erély-  
lyel a rendre megbukó cégekkel,  
személyekkel szemben.

„A Magyar Termék védjegy  
használatával bizalomnövelő, a fo-  
gyasztók, a kereskedők egy-  
aránt szeretik” – hangsúlyozza.  
Ám megjegyzi: „Az általánosan  
használt darabár helyett egy  
következetes, kg-ra vetített egy-  
ségár alkalmazása adna komoly  
és tartós lendületet a fogyasztás  
emelkedésének. A kereskedelem  
szereti az átlagos terméket, az-  
zal kevesebb a munkája. Viszont  
a tyúkok nem csak átlagos méretű  
tojást tojnak. Emiatt az M-es mé-  
retű tojás iránt kielégíthetetlen  
a kereslet, míg az L méretű (hiá-

ellenére nő, de sajnos úgy a ha-  
tóságok, mind a kereskedelem  
nem kezeli helyén a prémium  
termékeket, ami pedig gátolja az  
igények lényeges fokozódását –  
érvel Kollár Csaba.

elfogyasztását, mint az ásványi  
anyaggal dúsított takarmánnyal  
etetett tojók tojásának vásárlását.  
Ellenben élelmiszer-biztonsági  
szempontok miatt egyre terjed  
a vendéglátó éttermek, valamint

## A tojás esetében is igaz, a forgalom ár és média érzékeny.

### KONYHAKÉSZ TOJÁS

Lehet, hogy nem a sorrenden kel-  
lene gondolkoznunk, hanem azon,  
miként lehetne elérni, hogy a cím-  
ke valóban a valóságot tartalmaz-  
za? – kérdez vissza dr. *Németh  
Csaba*, a Capriovus Kft. társtulaj-  
donosa arra a kérdésre, a száрма-  
zási hely feltüntetése, termelők  
vagy a minőség, esetleg a méret  
alapján tehető egyértelművé  
a tojáskínálat kuszasága a pol-  
cokon. A Capriovus jellemzően  
tojáskészítményeket és tojáslevet  
gyárt a HoReKa szektor igényei  
alapján. Dr. Németh Csaba kifejti,  
részt vesznek számos kutatásban  
az új „funkcionális tojások” kifej-  
lesztésére. „Egyelőre a fogyasz-  
tók többsége ésszerűbbnek és  
kifizethetőbbnek látja a tojás és  
a magnézium tabletták külön-külön

a kőzetkezdék konyháin a hőkezelt  
tojástermékek felhasználása, igaz,  
a lehetőségekhez képest komoly  
késéssel. Ennek egyik oka lehet,  
hogy a felhasználók többsége  
nincs tisztában az általánosan  
elterjedt tojáshéj fertőtlenítő  
eljárások, mint az UV-kezelés  
hatékonyaságával. Így a tojáster-  
mékek felhasználói általában  
az igényesebb külföldi konyhá-  
kat megjárt szakemberek. Min-  
denképpen növekedést várunk  
a kérdésben említett termékek és  
a főtt tojáskészítmények piacán is,  
hiszen a mikrobiológiai kockázat  
csökkentése mellett rengeteg idő  
megtakarítható a technológiához/  
konyhai használathoz kész tojás-  
termékekkel – hangsúlyozza dr.  
Németh Csaba.

| **Bálint Tóth János**

## Ösztönöz a vásárlásra az esztétikus csomagolás és a kihelyezés .

minőségi és értékbeli különbsé-  
geket nélkülözve a normál, vagy  
ahhoz nagyon közeli tojást kicsi  
felárral prémiumként kínálja.  
Sajnos az élelmiszerhamisítótak  
se listázzák ki a láncokból (egyet  
se), a kereskedelem túlzóan az  
olcsóságot és a pillanatnyi árrést  
nézi, miközben maga az élelmi-

ba olcsóbb kg-ra vetítetten) tojást  
nehéz eladni, ugyanakkor a kicsi,  
ám kg-ra vetítetten mégis drága S  
méretért egyenesen sorba állnak  
a vevők. Ez így nonszensz!”

A tojás esetében is igaz,  
a forgalom ár- és médiaérzékeny.  
A funkcionális élelmiszerek, köz-  
tük a tojás iránti kereslet ennek



HÍRÖS FARM KFT.

KECSKEMÉT

ABRAHAM.ATTILA@HIROSFARM.HU

+36 30 623 4151