

Információk a csomagoláson Megérteni és bízni bennük

Kocsis Eszter
ügyfélkapcsolati vezető
Nielsen

Egyre fontosabbak az élelmiszerek csomagolásán lévő címkék. Mind nagyobb szerepet játszanak a vásárlási döntésekben, mivel az egészség szempontjából fontos információkat tartalmaznak.

„Bízom az élelmiszerek csomagolásán lévő, egészségre vonatkozó állításokban” – mondja tíz magyar fogyasztóból hat. Európában átlagosan csak minden ötödik, egy témához kapcsolódó Nielsen-felmérés szerint. A címkékben látható különböző információkban rendszerint bízik a magyar válaszadók 87-93 százaléka. Legnagyobb arányban a vitamin-tartalomra vonatkozó számokban, majd a zsírtartalomra, kalóriatartalomra, frissességre továbbá természetes összetevőkkel kapcsolatban.

A tudatos vásárló egyik jellemzője, hogy tájékozódik az élelmiszerek összetevőiről, lényeges sajátosságairól. Például elolvassa a csomagoláson vagy címkén található, fogyasztóknak szánt táplálkozási információkat.

De értik-e a fogyasztók a címkéken olvasható információkat? És ha igen, mekkora mértékben? Ezt is felmérte a Nielsen.

Az eredmény: Többnyire érti, amit a csomagoláson olvas, 28 európai ország átlagában a megkérdezettek közel fele, (45 százalék). Arányuk Magyarországon viszonylag alacsony, (31 százalék). Nálunk a válaszadók 61 százaléka csak részében érti a táplálkozási információkat.

„Aktívan keresem az egészséges összetevőket tartalmazó élelmiszereket” – mondja a magyar fogyasztók több mint fele, 53 százaléka. Arányuk hasonló, mint az európai átlag. Globálisan pedig az emberek kétharmada(!) számára fontos, hogy egészséges enni- és innivalót vegyenek.

„Ez az elvárás óriási növekedési lehetőséget jelent élelmiszergyártók és kereskedők számára, akik az egészséges étkezésre irányuló törekvés élére állhatnak”. Többek között ezt állapítja meg a Nielsen másik kutatását ismertető tanulmány, amely növekedési stratégiákhoz kínál támpontokat.

További lényeges körülmény az egészséggel kapcsolatban: Földünk válaszadóinak fele tartja magát túlsúlyosnak, és szintén fele igyekszik is fogyni.

Hazánkban hasonló a helyzet: A magyar megkérdezettek 53 százaléka gondolja magáról, hogy ha mérlegre áll, az többet mutat, mint amennyit szeretne. Persze különböző mértékben. Kis túlsúlyt 35 százalék érez, valamennyit 15, jelentős mértékűt pedig 3 százalék.

És a megkérdezés pillanatában az érintett magyarok 43 százaléka éppen aktívan törekedett arra, hogy leadjon súlyából. Ennek alapján nem meglepő,

hogy a diétázók leginkább az alacsony cukor, szénhidrát és zsírbevitelre fókuszálnak, míg csupán a megkérdezettek 9 és 7 százaléka követ például laktóz vagy gluténmentes speciális étrendet.

Táblázat. Az élelmiszerek csomagolásán, címkéin feltüntetett információkban a magyar fogyasztók hány százaléka bízik mindig, néha, illetve soha? A válaszadók százalékában.

Információ	Mindig	Néha	Soha
Kalória	41	48	11
Zsír	37	53	10
Vitamin	35	58	7
Frissesség	34	54	12
Gyümölcsstartalom	33	53	12
Termék mesterséges alapanyagoktól való mentessége	30	49	21
Bio	30	54	16
Termék természetes volta	28	59	13
Import megjelölése	28	58	14

Forrás: Nielsen

Táblázat. Mennyire jól érti meg ön az élelmiszerek csomagolásán látható címkék táplálkozással kapcsolatos információit? A válaszadók százalékában.

Ország	Többnyire	Részben	Egyáltalán nem
Európai átlag	45	48	7
Magyarország	31	61	8
Ukrajna	34	60	6
Románia	59	39	2
Horvátország	47	48	5
Ausztria	45	48	7
Csehország	39	49	12
Lengyelország	58	39	3

Forrás: Nielsen