

### 2023. DECEMBER

#### Tartalom

|                                                                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Roszsabb a magyar tej, mint a külföldi? Ez igaz, vagy csak üzleti fogás? .....                                              | 2  |
| Már 136 ezer gazdálkodónak segített a kormány az előleg kifizetésével .....                                                 | 3  |
| A Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy eredményei.....                                                                        | 4  |
| Miniszteri díjakat és okleveleket adtak át a termelői közösségek napján .....                                               | 7  |
| Javulnak a kilátások a tejágazatban: van hitel, jöhetnek a fejlesztések .....                                               | 7  |
| Tejfől vagy frissfől? Ez a különbség.....                                                                                   | 9  |
| A vörös húsokban és a tejtermékekben található zsírsav segíthet a rák elleni küzdelemben – Chicagói Egyetem tanulmánya..... | 10 |
| Már nem bírjuk, ami az élelmiszeráraknál történik.....                                                                      | 12 |
| Decemberben további jelentős összegek segítik a tejágazatot .....                                                           | 12 |
| Lidl: változás jön a hűtőpultokban és a termékeken .....                                                                    | 13 |
| Tejet iszunk, de desszertre már nincs pénz .....                                                                            | 14 |
| Együttműködési megállapodást kötött a Chep Magyarország Kft. és a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács.....             | 15 |
| Még annál is sokkal drágább mindannyiunknak itthon a hús és a tej, mint amit a bolti árak mutatnak.....                     | 16 |
| Most épp a demitáriánus étrend menti meg a Földet .....                                                                     | 19 |
| Lelepleztük a 100 százalékos inflációt, nem álom volt, hanem valóság.....                                                   | 19 |
| Véget ért a trappista árcsökkenése, ismét emelkedik a tej ára .....                                                         | 22 |
| Összefoglaló a vidékfejlesztési intézkedések kifizetéseiről.....                                                            | 24 |
| Nehéz évet zárnak a tejtermelők .....                                                                                       | 25 |
| Generációváltás: magasabb a profithányad, ha családtag ül a menedzsmentben.....                                             | 26 |
| Folytatódik a tejágazat Közösségi Marketing Alapjának működése .....                                                        | 29 |
| A bajor gazdáknak a tejnél jobban fizet a nyereg, de mit szólnak hozzá a fogyasztók?.....                                   | 29 |
| A Terméktanács örül a hosszabbításnak .....                                                                                 | 30 |
| Magyar ízlésre hangolva .....                                                                                               | 30 |

## Roszsabb a magyar tej, mint a külföldi? Ez igaz, vagy csak üzleti fogás?

2023. december 6.

A tejfeldolgozók előszeretettel reklamálnak a nyerstej beltartalmi értékei miatt, holott a magyar tej nem rosszabb, mint a külföldi. Ha pedig még jobbat szeretnének, akkor azt meg kellene fizetni.

Ezt Istvánfalvi Miklós, a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács társelnöke mondta a szakmai szervezet kedden, online formában megrendezett XII. Tejágazati Konferenciáján. Az érdeklődőket Harcz Zoltán, a terméktanács ügyvezető igazgatója köszöntötte, majd Istvánfalvi Miklóson kívül előadást tartott Papp Zsolt György, az Agrárminisztérium helyettes államtitkára, Vitárius Csaba osztályvezető, dr. Nemes Imre, a Nébih elnöke, valamint Demeter Zoltán, a K&H-csoport agrárfejlesztési főosztályvezetője. Nagyon fontos és érdekes információk hangzottak el, ezért a kifejezetten a tejtermeléshez és az állattenyésztéshez kapcsolódó információkat és a pénzügyi, pályázati, gazdasági tudnivalókat két külön cikkben osztjuk meg olvasóinkkal.

Elsőként jöjjön tehát a szakmai anyag.

Istvánfalvi Miklós először a tejtermelők és a felvásárlók, feldolgozók közötti kapcsolatról beszélt, rámutatva, ez a szerződéskötés időszaka és ilyenkor nyilvánvaló módon mindenki igyekszik a számára legjobb pozíciókat kiharcolni. Ennek kapcsán a kétoldalú kommunikációban elhangzik egy s más. Például az, hogy a magyar tej beltartalmi értékei elmaradnak azon országok tejei mögött, melyek áraitól csak álmódoszhatnak a hazai termelők. Ennek kapcsán elmondta: a tej felvásárlói árának uniós "ranglistáján" a magyarországi árak a 21.-23. helyen vannak, a társelnök szerint azért ennél sokkal jobb minőséget termelnek a magyar gazdák. Nem olyan rég voltak a 8.-10. helyen is, igaz, az árfolyamváltozás miatt. Ha pedig már a magyar tej beltartalmáról beszélünk, fehérjetartalmat tekintve a 16.-20., a tejsír vonatkozásában pedig a 19.-20. helyen a hazai termék. Mindezek alapján az árak vonatkozásában legalább 2-3 hellyel feljebb kellene lenniük a termelőknek.

– *Termelői oldalról nagyon lényegesnek tartanánk azt is, hogy termelő és feldolgozó között hosszútávú szerződések legyenek, aktuális piaci érdekek alapján ne ugrálhassanak ki-be a szerződésből a felek* – szögezte le Istvánfalvi Miklós. – *Hangsúlyozni szeretném, hogy a feldolgozók és a termelők nagyobb hányada partnerként tekint egymásra és jó a kapcsolat. Ugyanakkor arra is felhívnam a figyelmet, főleg a feldolgozó partnereket, hogy a tejsír-elszámolást tekintve feldolgozó és feldolgozó árai között háromszoros különbség is létezik a piacon, a tejfehérje esetében pedig kettő és félszeres. A legkevesebb, amit a termelők kapnak az előbbi összetevők után, 655 és 1000 forint tejsír-, illetve tejfehérje kilogrammonként. Azt gondolom, hogy ha a feldolgozók reklamálják a minőséget és az előbbieket növelését szeretnék, akkor azt meg is kellene fizetni.*

A társelnök arról is beszélt: a tej iránti kereslet csökken, aminek okai a megugró infláció és a magas árak. Illetve az, hogy az európai piacon túlkínálat jelentkezett, de ez most rendeződni kezd. Nem tartja szerencsésnek a szakember, hogy a nyerstejexport növekszik, mert azt jelzi, hogy a feldolgozók nem tudják, vagy nem akarják azt az árat megadni ezért a fontos alapanyagért, amit a termelők szeretnének.

– *Jelenleg 300 millió liter tej hagyja el az országot, ami túl nagy mennyiség, a visszarendeződéshez kiegyensúlyozott piaci körülmények kellenének* – szögezte le Istvánfalvi Miklós. – *Ha a problémák megoldásán gondolkodunk, akkor mindenképpen számolnunk kell azoknak a támogatásoknak a folytatásával, melyeket eddig is igénybe vehettek a termelők. Az új beruházási pályázatokat várhatóan márciusban írják ki, ezekből induló beruházások legkorábban jövő év végére lesznek, ami nem szerencsés, gyorsítani kellene a folyamatot, hisz sok esetben a versenyképességünk múlik rajtuk.*

A társelnök azt is jelezte: az iskolatej-programban a termelők nem mindig tudják érvényesíteni a költségeiket, ami a program rovására megy, ebben a kormányzatnak is van teendője, főleg, hogy a program szűkült az elmúlt időszakban. A termékek bolti árát csökkenteni szükséges a belső fogyasztás növelése érdekében, ezért több tejtermékre kellene kiterjeszteni az áfacsökkentést.

– *Összességében úgy vélem, a mostani nehéz piaci helyzetben az ágazati szereplőknek sokkal jobban össze kell dolgozni* – jelentette ki végül.

Dr. Nemes Imre, a Nébih elnöke előadásának első részében elmondta: az Agrárminisztérium felkérésére megvizsgálták a nyerstej-feldolgozás szerződéses rendszerét. Nyolcvan tejfeldolgozó vállalkozást ellenőriztek, s közülük egynél tártak fel nagyobb problémákat. Az úgynevezett spot szerződések mindenhol rendben voltak, a gyűjtőszámlás szerződéseknél voltak eltérések. Érdekesség, hogy a magyar szabályozás a gyűjtőszámlázás rendszerét nem ismeri, ugyanakkor az EU-ban ismert a fogalom. Az elnök arról is beszélt: 11 tejfeldolgozó jogosult Kínába exportálni.

Az iskolatej-programban egyre kevesebb hibát tárnak fel a Nébih illetékesei: megesik, hogy nem megengedett összetevők az előírtnál nagyobb arányban fordulnak elő egy-egy termékben, illetve a hozzáadott cukor volt több a kelleténél.

Állategészségügyi vonatkozásokról szólva dr. Nemes Imre elmondta: az antibiotikum-felhasználást szigorították, aminek az az oka, hogy a tudósok szerint 2050-re sokkal több ember hal meg rezisztens baktériumtörzsek miatt, mint daganatos betegségekben, vagy akár cukorbetegségben. Ennek okán 2022 februárjától az állattartóknak rendszeresen jelenteniük kell az antibiotikum-felhasználást. 2030-tól a kedvtelésből tartott állatokra is vonatkozik majd az adatszolgáltatás.

– *A 2022-es adatokból az látszik, hogy az antibiotikum-felhasználás a magyarországi forgalom egyharmada, ami azt jelenti, hogy vannak még hiányosságok az adatszolgáltatás terén* – fogalmazott dr. Nemes Imre. – *A legtöbb jelentés a szarvasmarha-tartó ágazatból érkezik, itt példás módon eleget tesznek a kötelezettségnek. A legtöbb antibiotikumot a sertés- és baromfitartók használják fel. Emellett még súlyához képest a nyúlágazat használ sok antibiotikumot. A szarvasmarhatartás - beleértve a tej- és a hústermelőket is – csupán hazánk antibiotikum-felhasználásának 3,4 százalékáért felelős, viszont itt használnak nagyobb arányban kritikus fontosságú készítményeket. 2030-ra az antibiotikum-felhasználást 50 százalékkal kell csökkenteni, ebben Magyarország nagyon jól áll.*

Dr. Nemes Imre a betegségek kapcsán jelezte: 12 vármegyében mutatták ki a gümőkórt szarvasmarha-állományokban, ami fertőző zoonózis, tehát az emberre is veszélyt jelent. A brucellózistól 2025-re Magyarország mentessé válhat a folyamatban lévő mentesítési programnak köszönhetően. Szót ejtett a veszethez is: sajnos, az elmúlt évben Ukrajnából több veszett róka jött át hazánkba, s vélhetően tőlük szarvasmarhák is megfertőződtek az ország keleti részén. Ennek kapcsán a marhák zárt tartásának jelentőségét emelte ki az elnök.

Forrás: [www.agroinform.hu](http://www.agroinform.hu)

## **Már 136 ezer gazdálkodónak segített a kormány az előleg kifizetésével**

2023. december 7.

Lezárult a Közös Agrárpolitika új időszakának első előlegfizetési időszaka, amelynek keretében csaknem 136 ezer gazdálkodó részesült közel 194 milliárd forint támogatásban.

Az utóbbi évek gazdasági nehézségei - mint az inputköltségek jelentős emelkedése, az energiaválság vagy a tavalyi rendkívüli aszály, valamint az új rendszerre történő átállás természetes velejárójának tekinthető átmeneti időszak nehézségei - mellett kiemelt jelentőségű,

hogy a gazdák által hosszú évek óta megismert kérelmezési, majd kifizetési menetrendet ebben az évben is sikerült tartani.

A 2023 tavaszán benyújtott egységes kérelmek után - 2023. október 16-a és november 30-a közötti előlegfizetési időszakban - hat jogcímen, összesen 194 milliárd forintot fizetett ki a Magyar Államkincstár. Ezzel a kérelmezők több mint 82 százalékát – mintegy 136 ezer termelőt – sikerült elérni. A kedvezményezettek számát tekintve ez az arány megegyezik a tavalyi év hasonló adatával.

A legnagyobb összeget, 139,6 milliárd forintot alaptámogatási jogcímen fizették ki, közel 135 ezer termelő részére. A Kincstár 133 ezer gazdálkodónak utalt csaknem 41 milliárd forintot újraelosztó támogatás jogcímen, amely új jogcímként a kisebb gazdaságok első hektárjaira nyújt plusztámogatást. Előleg kifizetésére került sor még az intenzív és extenzív gyümölcsösök támogatása jogcímen, valamint az anyajuhtartás és tejhasznú tehéntartás támogatása állattenyésztési jogcímeiken.

Az előlegfizetési időszak lezárulta után a Kincstár decemberben rész-, valamint végkifizetéseket teljesít majd, ugyanezen jogcímeiken.

Forrás: [www.kormany.hu](http://www.kormany.hu)

## **A Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy eredményei**

2023. december 7.

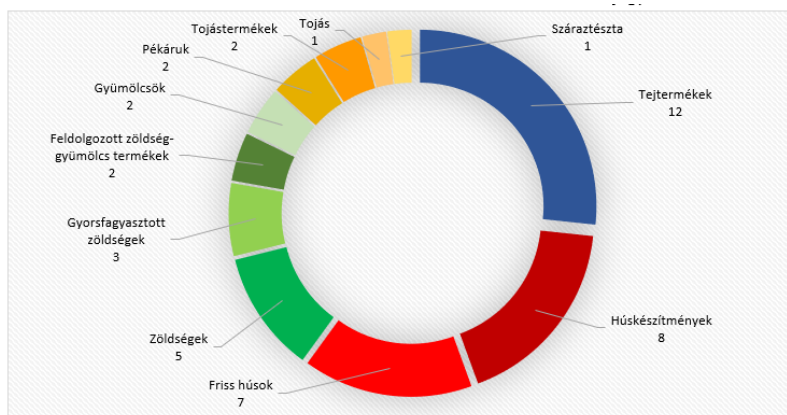
A Magyarországon bejegyzett 46 élelmiszer tanúsító védjegy közül az egyetlen, nemzeti minőségrendszerként is elismert védjegy a Kiváló Minőségű Élelmiszer (KMÉ), amely 2020-ban került elfogadásra és hazai bevezetésre. Az első pályázati felhívás 2020 februárjában jelent meg, fogyasztói tej- és tejföl termékekre vonatkozóan. A pályázati lehetőség megjelenését még 2019-ben megelőzte a tejföl termékmustra, amely a védjegy arany fokozatának megpályázásához szükséges verseny a termékek között.

Az Agrárminisztériummal történt megállapodás értelmében 2020. szeptemberétől a NAK a FÉSZ-szel közösen létrehozott munkacsoportokkal - amelyek a Magyar Élelmiszerkönyv szakbizottságainak struktúráját követik – az új pályázati felhívások kialakításában, illetve társadalmasításában vesz részt annak érdekében, hogy minél szélesebb termékkálán jelenhessen meg a Kiváló Minőségű Élelmiszer védjegy a sikeres előállítói és kereskedelmi forgalmazói pályázatokat követően. A Kamara és a FÉSZ által közösen létrehozott munkacsoportok hatékonyan segítették a Védjegyiroda (Nébih - ÉLBC Kft.) munkáját, így egyre több termékpályán nyílt lehetőség a védjegy elnyerésére irányuló pályázati felhívások megjelentetésére. A sikeres pályázatokat követően a védjegy megjelenése és fogyasztói ismertsége is növekedett a 2021-2023-as években.

A NAK-FÉSZ - Nébih együttműködés lehetőséget teremtett alulról jövő kezdeményezések elfogadtatására is, ennek megfelelően a szakágazati szereplők által javasolt termékekre is kidolgozásra kerülhettek a termékspecifikus követelmények és megnyílhattak új pályázatok.

A KMÉ-nél jelenleg 11 termék kategóriában 45 féle termékre lehet pályázni.

1. ábra - Védjegyezhető termékkörök



Forrás: KMÉ védjegyiroda, NAK illusztráció

A termékleírások kidolgozása folyamatosan történik, ezért újabb pályázási lehetőségre lehet számítani 2023-ban, illetve 2024 első negyedévében az alábbi termékek esetében:

Malomipari őrlemények/Búza-, és Rozslisztek,

Puffasztott szeletek, ropogtatni valók,

Gabonapehely, reggelizőpehely,

Tartós pékáru/ Kenyerek

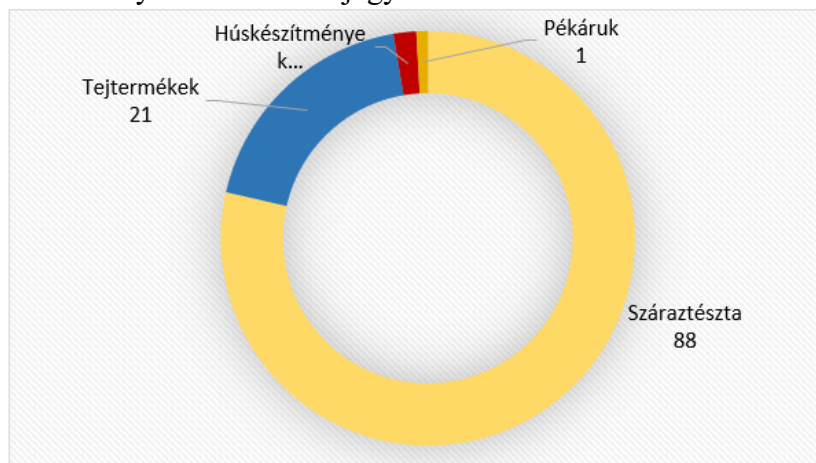
Dúsított tésztából készült tartós péksütemények,

Savanyúságok/Csemegeuborka,

Uborka (fürtös, berakó)

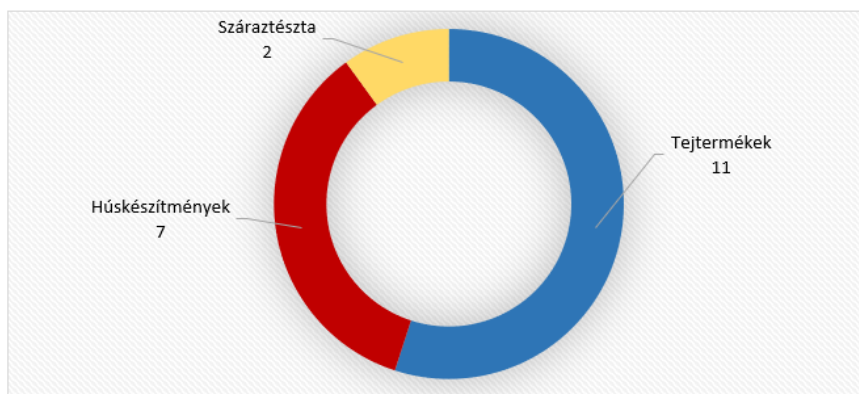
Már az első pályázati felhívást követően nagy érdeklődés mutatkozott a kiváló minőségű termékek védjeggyel történő tanúsítására, mind az élelmiszer-előállítók, mind a kiskereskedelmi láncok részéről. Ennek eredményeként a védjegyhasználati joggal rendelkező termékek száma 132, amelyek közül 112 gyártói, 20 pedig kiskereskedelmi márkás élelmiszer.

2. ábra - Gyártói KMÉ védjegyes termékek termékkörönként



Forrás: KMÉ védjegyiroda, NAK illusztráció

3. ábra - Kereskedelmi márkás KMÉ védjegyes termékek termékkörönként

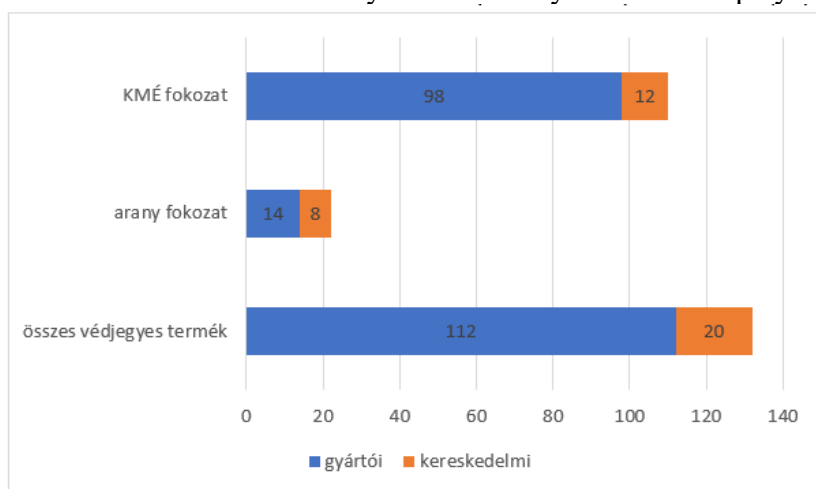


Forrás: KMÉ védjegyiroda, NAK illusztráció

A védjegy arany fokozatának pályázati lehetőségét a Nébih Termékmustra előzi meg, amely során a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal által koordinált, laboratóriumi vizsgálatból, érzékszervi és csomagolástesztből álló vizsgálatsorozat történik, amelynek célja az adott termékkör szereplőinek összehasonlítása. Ahhoz, hogy egy gyártó vagy forgalmazó megpályázhassa, majd elnyerhesse a KMÉ arany fokozatú védjegyének használatát, termékének kiváló eredményt kell elérnie a Nébih Termékmustrán. A termékmustrára bekerülni az úgynevezett polcfelmérés révén vagy jelentkezéssel lehet. A jelentkezésre történő felhívást valamennyi Nébih-nél nyilvántartásba vett üzem megkapja, így azok a kisebb, helyi gyártók is jelentkezhetnek, akik egyébként csak lokálisan értékesítik termékeiket.

A védjegyrendszer indulását követően eddig hét Nébih Termékmustra történt, húskészítmények (párizsi, szalámi, virsli), tej- és tejtermékek (vaj, tehéntúró, tejföl), valamint levesbetét száraztészták körében.

4. ábra - KMÉ és KMÉ aranyfokozatot elnyert termékek pályázók szerint



Forrás: KMÉ védjegyiroda, NAK illusztráció

A KMÉ-védjegy használati jogát három évre kaphatják meg a gyártók és a forgalmazók. Ez idő alatt kötelező önellenőrzések és utóellenőrzések biztosítják, hogy a pályázó a teljes védjegyhasználati ciklusban megfeleljen a tanúsítási követelményeknek, a fenntarthatósági vállalásoknak, valamint a védjegyet viselő termékek megfeleljenek azoknak a minőségi feltételeknek, amelyek a kiválóságot teremtik meg a fogyasztó számára.

Forrás: [www.nak.hu](http://www.nak.hu)



## **Miniszteri díjakat és okleveleket adtak át a termelői közösségek napján**

2023. december 7.

A HÍR program elindításának 25. jubileumi évében 3 pályázó 5 terméke nyerte el a HÍR védjegyhasználat jogát, velük együtt 216-re nőtt a HÍR védjegyes termékek száma. A Böszörményi diós zsák, Böszörményi mágnás pite és a Lekváros kölesmálé, valamint a Böszörményi slambuc, továbbá a Mendei cirkos kalács is megkapta a védjegyhasználat jogát a Termelői Közösségek Napján.

A Közös Agrárpolitika a hagyományos és tájjellegű termékekkel foglalkozó termelők, előállítók és az értéklánc valamennyi szereplője közötti erősödő együttműködést támogatja. Ehhez kapcsolódóan a 2024-ben megnyíló pályázati forrás a termelők együttműködéséhez, a termék-leírás elkészítéséhez kapcsolódó költségeik finanszírozásában nyújt majd segítséget és a hagyományos és tájjellegű termékekkel foglalkozók közötti együttműködés megerősödését fogja eredményezni.

Az Agrárminisztérium célkitűzése, hogy az agrárgazdaság területén a termelői közösségek egyre több földrajzi árujelzős termékre nyújtsanak be oltalom iránti kérelmet, éljenek az oltalom nyújtotta lehetőségekkel és élvezzék azok előnyeit. Az Agrárminisztérium a Földrajzi Árujelzők Programja keretében szakmai segítséget nyújt a termelői csoportosulásoknak termék-leírásaik elkészítéséhez és kérelmeik benyújtásához. A Földrajzi Árujelzők Program eredményeként idén már 87-re emelkedett az uniós oltalom alatt álló földrajzi árujelzős magyar agrártermékek száma, az elmúlt egy évben a Keleméri báránypáncs, a Szabolcsi alma és a Lajta sajt, továbbá három regionális pálinka: a Borzag pálinka, a Sárréti kökénypálinka és a Nagykőrűi cseresznyepálinka részesült uniós oltalomban.

A „Hagyományok-Ízek-Régiók” elnevezésű programot az Agrárminisztérium 1998-ban indította el, azzal a céllal, hogy az uniós EUROTERROIRS programjához csatlakozva létrehozza Magyarország hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági termékeinek gyűjteményét. A HÍR programot az Agrárminisztérium a Földrajzi Árujelzők Program előiskolájaként működteti. A pályázaton hagyományos és tájjellegű termékekkel lehet részt venni.

Az ünnepségen a „Közösségi Díj a Hagományos Termékekért” (KDHT) miniszteri díjpályázat első-három helyezettje miniszteri díjban és elismerő oklevélben részesült, míg a Földrajzi Árujelzők és a HÍR programok sikeréhez nagyban hozzájáruló, továbbá az OMEK keretében végzett kiemelkedő közösségi marketing-kommunikációs tevékenységéért 8 szakember Miniszteri Elismerő Oklevelet vehetett át.

Forrás: [www.kormany.hu](http://www.kormany.hu)

## **Javulnak a kilátások a tejágazatban: van hitel, jöhetnek a fejlesztések**

2023. december 8.

Megállhat, legalábbis nagyot fékezhet a szarvasmarha-állomány csökkenésének üteme, és a hazai sajtgyártók számára is bővíthet a terep, a tejszárak emelkedése pedig megágyazhat a fenntarthatósági igényeknek megfelelő fejlesztéseknek. A nagy létszámú tehenészeteket üzemeltető vállalkozások optimisták lehetnek: a hazai pénzügyi intézetek növekvő mértékben finanszírozzák a mezőgazdaságot.

Sok kihívással kell szembenéznie a bankszektornak az agrárágazat hitelezésekor, ennek ellenére a hazai pénzügyi intézetek folyamatosan és növekvő mértékben finanszírozzák a mezőgazdaságot – mondta az e héten rendezett tejágazati konferencián tartott előadásában Demeter Zoltán, a K&H Csoport agrárfejlesztési főosztályvezetője. Ezt jelzik a számok is: a

2020 első negyedében fennállt 750 milliárd forintos agrárhitel-állomány az idei harmadik negyedére ezer-1030 milliárd forint körülire növekedett, ami 30–33 százalékos emelkedést jelent.

A banki finanszírozás szerkezetét elemezve látszik, hogy 2022 harmadik negyedétől nőni kezdett a devizahitelek aránya, ami Demeter szerint nem meglepő, hiszen erre az időpontra tehető a magyar hitelkamatok megugrása: ekkor már 12-13 százalékpont kamatelőnye volt a devizahitelnek. Az is látható, hogy nem az egyéni gazdaságok, hanem a társas vállalkozások, illetve gazdasági szervezetek kaptak több forrást.

Az állattenyésztési hitelek pörögtek jobban

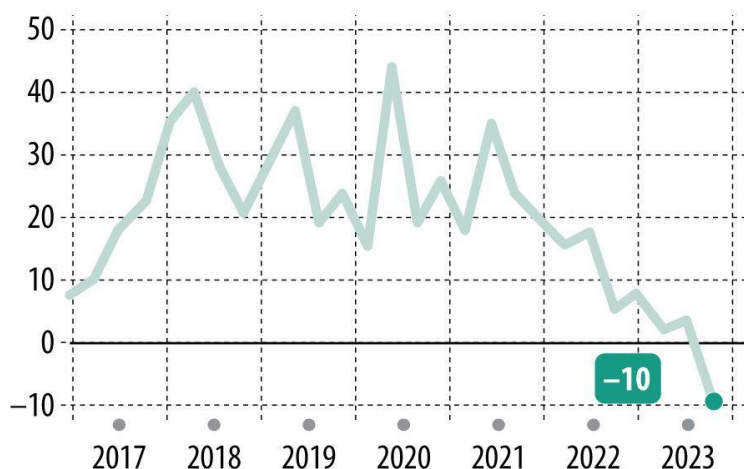
Feltűnő az állattenyésztés hitelállományának növekedése: 2020 első negyedében 200-220 milliárd forintról indult az állattenyésztőknél lévő bankhitelek összege, ami idén szeptember végére 350 milliárdra nőtt. Ez pedig a teljes agrárágazati hitelállomány-növekedéshez képest kétszeres intenzitású bővülést jelent.

Ennek legfőbb oka, hogy a az állattenyésztés banki finanszírozás iránti igénye intenzívebben növekedett – mondta.

A K&H negyedévenként felméri az agrárvállalkozásokat, azt tudakolva, hogy milyen a jövőképük, mennyire optimisták, vagy pesszimisták saját ágazatuk kilátásait illetően. Jelenleg inkább az utóbbi a jellemző: a 100 és mínusz 100 pont közötti skálán mozgó index értéke az idei harmadik negyedévben átsúszott a negatív tartományba, és mínusz 10 ponton zárt. Utoljára 2015-ben jelzett ilyen negatív hangulatot a K&H agrárindexe – jegyezte meg a főosztályvezető.

## AZ AGRÁR KKV-K EGYÉVES VÁRAKOZÁSAI\*

2017. I. negyedév ► 2023. III. negyedév (pont)



Forrás: K&H, VG-grafika

\* K&H agrárindex

Nyolc év után ismét a negatív tartományban az index

Az Európai Unióban főleg a nagyobb és professzionálisabb gazdaságoknál koncentrálódik a tehénállomány. Mivel ezek kellően hatékonyan működnek, fenntartják tejelő állomány létszámát, így a K&H arra számít, hogy a tehénállomány csökkenésének üteme mérséklődik.

Növekedhet a sajtgyártás

Az európai tejfeldolgozó ipar továbbra is a sajtgyártást tekinti elsődleges kibocsátási céljának. Mivel az unióban 2024-ben várhatóan kevesebb tej áll majd rendelkezésre a feldolgozók számára, azok várhatóan a tejkészlet nagyobb részét fordítják sajtgyártásra, mint más tejtermékek előállítására. Erre persze nagy hatással lesz a kínai kereslet alakulása. Ha ugyanis Kína tejpor iránti igénye csökken, az arra készítheti az európai feldolgozókat, hogy jobban



összpontosítsanak a sajtgyártásra, ami az export és az EU-n belüli fogyasztás növekedéséhez vezethet.

Itthon költségeik további növekedésével kénytelenek számolni a tejtermelők.

A tejelőállítás drágulása az üzemanyagok jövedéki adójának emelkedéséből, a nemzetközi és hazai útdíjemelésekből, illetve a kiterjesztett gyártói felelősség (EPR) díjából adódik – mondta Demeter Zoltán, hozzátéve, hogy utóbbi a teljes vertikumot érinti.

Egyre fontosabb szempont a fenntarthatóság

Az már erőteljesen érzékelhető Nyugat-Európában, hogy az állattenyésztési ágazaton komoly fenntarthatósági nyomás van, ez pedig előbb-utóbb Magyarországra is megérkezik – mondta a főosztályvezető. A termelőknek erre fel kell készülniük, mert ha ezzel nem foglalkoznak, versenyhátrányba kerülnek. A K&H több olyan programot is indított, amelyik ebben segít a termelőknek, egyebek mellett ilyen például az egyelőre még csak a növénytermesztők által használható szén-dioxid-kalkulátor, amit hamarosan az állattenyésztők számára is használhatóvá tesznek.

A fenntartható állattenyésztés pedig a tejtermelésben sem képzelhető el új beruházások nélkül. Ehhez viszont a banki finanszírozáson kívül önerőre is szükség van, amit a cégek nyereséges termeléssel tudnak előteremteni, amit hosszabb időszak kedvezőbb nyerstejái biztosíthatnak. Utóbbiak az elején magas szintekről indultak, majd meredeken csökkennek, az elmúlt hónapokban viszont némi visszarendeződés látszik, így van remény arra, hogy most nyereségtermelő hónapok jönnek a tejtermelésben.

Kevés magyar agrárcég foglalkozik komolyan a fenntarthatósággal

A fogyasztók elvárásai és az új közös agrárpolitika is a fenntartható gazdálkodás irányába nyomja az agrárgazdálkodókat, ugyanakkor ma már nemcsak szabályozói, illetve fogyasztói elvárás, hanem a hatékony működés kulcsa is – hangzott el a K&H és az Agrárközgazdasági Intézet által az agráriumnak kifejlesztett szén-dioxid-kalkulátor bemutatásakor.

Forrás: [www.vg.hu](http://www.vg.hu)

## **Tejföl vagy frissföl? Ez a különbség**

2023. december 12.

Mennyiben különbözik a tejföltől a „frissföl”, a „finomföl” vagy a „farmföl”? Mutatjuk.

Mi a különbség a tejföl és a frissföl között? – ezzel a kérdéssel fordult a közelmúltban egy levélíró a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatalhoz (Nébih). A teljes választ a hivatal Facebook-oldalán olvashatod el, de az alábbiakban mi is összefoglaljuk a legfontosabb tudnivalókat a témában.

Ha nem szerepel a nevében a „tej”, utánzatról van szó

Fontos tudni, hogy ha az adott terméken nem a tejföl feliratot látjuk, hanem például „frissföl”, „finomföl” vagy „farmföl” van rajta feltüntetve, akkor egy tejfölimitátumról van szó. A legfőbb különbség az, hogy míg a tejtermékek kizárólag állati eredetű összetevőket tartalmaznak, addig a tej- és tejtermékutánzatokban az állati mellett növényi eredetű hozzávalók is megtalálhatók. Az utánzatok gyakori összetevője például a növényi zsír, de egyéb tejipari melléktermékek – például savó, permeátum és tejfehérje-koncentrátum – is lehet bennük.

Előnyeik is vannak az utánzatoknak

A fenti okok miatt a tejtermékutánzatok jellemzően olcsóbbak, mint a kizárólag állati eredetű összetevőket tartalmazó tejtermékek. Néhány esetben ráadásul sok ételintoleranciában vagy -allergiában szenvedő ember számára az egyetlen alternatívát jelentik a mindennapi étkezések során.

A Nébih tájékoztatása szerint egyébként az ilyen imitátumok előállítása és árusítása teljesen szabályos. A gyártók azonban mindig kötelesek feltüntetni a címkén a felhasznált növényi zsírt és egyéb összetevőt, adalékanyagot.

Forrás: [www.hazipatika.hu](http://www.hazipatika.hu)

## **A vörös húsokban és a tejtermékekben található zsírsav segíthet a rák elleni küzdelemben – Chicagói Egyetem tanulmánya**

2023. december 12.

A Chicagói Egyetem tudósainak új tanulmánya szerint a marhahúsban és a bárányhúsban, valamint a legelő állatok által termelt tejből előállított tejtermékekben található transz-vakcénsav (TVA) javítja az immunsejteknek a rákos sejtek elpusztítására irányuló képességeit, így ezen zsírsav segítséget nyújthat a daganatos megbetegedések elleni küzdelemben.

A Chicagói Egyetem biológiai tudományok részlegének kutatói megállapították, hogy a transz-vakcénsav (TVA) – mely a legelő állatok, például a szarvasmarhák és juhok húsában és tejtermékeiben található hosszú láncú zsírsav – javítja az immunrendszer CD8<sup>+</sup> T-sejtjeinek azon képességét, hogy behatoljanak a tumorokba és elpusztítsák a rákos sejteket. Ez egy olyan felfedezés, amely látszólag ellentétes az egészségügyi irányelvekkel, de az új kutatási eredmények azt mutatják, hogy a vörös húsokban található tápanyag valóban segíthet a rák elleni küzdelemben.

A Nature folyóiratban a közelmúltban közzétett kutatás azt is kimutatta, hogy azok a betegek, akiknek a vérében magasabb a TVA-szint jobban reagáltak az immunterápiára, ami arra utal, hogy táplálékkiegészítőként alkalmazva a transz-vakcénsav kiegészítheti a rák klinikai kezelését.

"Számos tanulmány próbálja megfejteni az étrend és az emberi egészség közötti kapcsolatot és ebben a relációban nagyon nehéz megérteni a mögöttes mechanizmusokat, mivel az emberek rendkívül sokféle ételmiszert fogyasztanak. Ha azonban csak az élelmiszerekből származó tápanyagokra és anyagcsere-termékekre összpontosítunk, akkor kezdjük látni, hogy azok hogyan befolyásolják a fiziológiát és a patológiát" - mondta Jing Chen, a Chicagói Egyetem Janet Davison Rowley Distinguished Service professzora és az új tanulmány egyik vezető szerzője.

"Azokra a tápanyagokra összpontosítva, amelyek aktiválhatják a T-sejtválaszt, találtunk egyet, amely egy fontos immunút vonal aktiválásával valóban fokozza a daganatellenes immunitást" - tette hozzá Chen.

Az immunsejteket aktiváló tápanyagok megtalálása

Chen laboratóriuma annak megértésére összpontosít, hogy hogyan befolyásolják a vérben keringő metabolitok, tápanyagok és egyéb molekulák a rák kialakulását és a rákellenes kezelésekre adott választ.

Az új tanulmányhoz két posztdoktori ösztöndíjas, Hao Fan és Siyuan Xia – mindketten a tanulmány társszerzői – összeállított egy "vértápanyag" vegyületkönyvtárat, amely 255 tápanyagból származó bioaktív molekulát tartalmaz.

Ebben az új könyvtárban lévő vegyületek esetében azt vizsgálták, hogy azok képesek-e befolyásolni a tumorelles immunitást a CD8<sup>+</sup> T-sejtek aktiválásával, amely egy olyan immunsejtcsoport, ami kritikus fontosságú a rákos vagy vírussal fertőzött sejtek elpusztításában.

Miután a tudósok emberi és egérsejtekben is kiértékeltek a hat legjobb jelöltet, azt találták, hogy a TVA teljesített a legjobban. A TVA, azaz a transz-vakcénsav a leggyakorabban előforduló transzzsírsav az anyatejben, de a szervezet önmagában nem képes előállítani. A TVA-nak csak körülbelül 20%-a bomlik le más melléktermékekre, 80%-a pedig a vérben kering. "Ez azt

jelenti, hogy kell lennie valami másnak is, amiért felelős, ezért elkezdünk további vizsgálatokat végezni vele" - mondta Chen.

A kutatók ezután egy sor kísérletet végeztek különböző daganattípusok sejtjeivel és egerekben is modellezték azok hatásait. Azt tapasztalták, hogy a TVA-val dúsított táplálékkal etetett egerek esetében jelentősen csökkent a melanoma- és vastagbélráksejtek daganatos növekedési potenciálja a kontroll táplálékkal etetett egerekhez képest. A TVA-diéta emellett fokozta a CD8+ T-sejtek daganatokba való behatolási képességét is.

A kutatócsoport egy sor molekuláris és genetikai elemzést is végzett, hogy megértse, hogyan hat a TVA a T-sejtekre. Ezek közé tartozott az egyszálú DNS átírásának nyomon követésére szolgáló új technika is, az úgynevezett kethoxal-asszisztált egyszálú DNS-szekvenálás (KAS-seq), amelyet Chuan He, a Chicagói Egyetem John T. Wilson Distinguished Service kémiai professzora fejlesztett ki, aki egyben a tanulmány másik vezető szerzője. Ezek a további vizsgálatok kimutatták, hogy a TVA inaktíválja a sejtfelszínen lévő GPR43 nevű receptort, amelyet általában a bélflóra mikrobái által termelt rövid szénláncú zsírsavak aktiválnak. A TVA tehát felülírja ezeket a rövid szénláncú zsírsavakat és aktiválja a CREB-útvonal néven ismert sejtjelátviteli folyamatot, amely számos funkcióban, többek között a sejtek növekedésében, túlélésében és differenciálódásában vesz részt. A kutatócsoport azt is kimutatta, hogy azokban az egérkísérletekben, amelyekben a CD8+ T-sejtekből kizárólag a GPR43 receptort távolították el szintén nem volt javuló daganattellenes képesség megállapítható.

Végül a csoport Justin Kline-nel, a Chicagói Egyetem orvosprofesszorával is együttműködött, hogy elemezzék a CAR-T sejt immunterápiás kezelésben részesülő limfómás betegek vérmintáit. Azt tapasztalták, hogy a magasabb TVA-szintű betegek általában jobban reagáltak a kezelésre, mint az alacsonyabb szintűek. Dr. Wendy Stock-kal, az Anjuli Seth Nayak orvosprofesszorával együttműködve továbbá leukémiás sejt vonalakat is vizsgáltak és megállapították, hogy egy immunterápiás gyógyszernek a leukémiás sejtek elpusztítására való képességét a TVA fokozza.

A tápanyagokra összpontosítson, ne az ételre!

A tanulmány szerint a TVA étrend-kiegészítőként használható különféle T-sejt-alapú rákkezelések támogatására, bár Chen rámutat, hogy magának a tápanyagnak az optimalizált mennyiségét fontos meghatározni, nem pedig az élelmiszerforrást.

Egyre több bizonyíték áll rendelkezésre a túlzott vörös hús és tejtermék fogyasztásának káros egészségügyi hatásairól, így ezt a tanulmányt nem szabad ürügynek tekinteni arra, hogy több sajtbургert és pizzát együnk, a kutatás eredményei inkább arra utalnak, hogy az olyan tápanyag-kiegészítők, mint a TVA felhasználhatók a T-sejtek aktivitásának támogatására. Chen úgy véli, hogy más tápanyagok is képesek lehetnek ugyanerre.

"Vannak korai adatok, amelyek azt mutatják, hogy más, növényekből származó zsírsavak is hasonló receptoron keresztül jeleznek, így úgy gondoljuk, hogy nagy a valószínűsége annak, hogy a növényekből származó tápanyagok is képesek ugyanezt tenni a CREB-útvonal aktiválásával" - mondta Jing Chen.

Az új kutatás rávilágít azonban arra is, hogy ez az úgynevezett "metabolizmusos" megközelítés ígéretesnek mutatkozik annak megértéséhez, hogy a táplálkozás építőkövei hogyan befolyásolják egészségünket. Chen elmondta továbbá, hogy csapata reméli, hogy egy olyan átfogó könyvtárat tudnak létrehozni a vérben keringő tápanyagokról, amely segítséget nyújthat ezen tápanyagoknak az immunitásra és más biológiai folyamatokra, például az öregedésre gyakorolt hatásainak értelmezésében.

"Több millió évnyi evolúció után csak néhány száz olyan táplálékból származó anyagcseretermék van, amely a vérben kering, ami azt jelenti, hogy lehet némi jelentőségük a biológiánkban. Azt látni, hogy egyetlen tápanyag, mint a TVA nagyon célzott mechanizmussal hat egy adott immunsejt típusra és az egész szervezet szintjén nagyon mélyreható élettani választ ad igazán lenyűgözőnek és érdekesnek találom" - összegezte Chen.

(Források: Nutrient found in beef and dairy improves immune response to cancer – By Matt Wood; UChicago study finds fatty acid found in some red meat can help fight cancer – By Adam Harrington)

[www.nak.hu](http://www.nak.hu)

## **Már nem bírjuk, ami az élelmiszeráraknál történik**

2023. december 13.

Az élelmiszerárak növekedése sok termékcsoporthoz érte el azt az ingerküszöböt, amely után a fogyasztók megváltoztatják a vásárlási szokásaikat. Érdekes adat, hogy a változtatás mellett a fogyasztók számára a márkahűség is fontos azoknak a termékeknek az esetében, amelyekben megbíznak.

A NielsenIQ felmérése szerint az élelmiszerek ára átlagosan 40 százalékkal emelkedhet, mielőtt a fogyasztók más termékekre váltanának vagy kevesebbet vásárolnának. Láthatóan ezt a szintet a magyar élelmiszerboltokban már több termékcsoporthoz is meghaladta az áremelkedés, így sokaknak várhatóan meg kell húzniuk a nadrágszíjukat, rákényszerülve, hogy megváltoztassák eddigi fogyasztási szokásaikat.

„Egy biztos, a hazai vásárlóerő véges, mindemellett az Európai Unióban Magyarországon emelkedtek a legnagyobb mértékben az élelmiszerárak, ráadásul a létfontosságú, alapvető élelmiszerek - mint a tej és a kenyér - ára is drasztikusan nőtt. A fogyasztás költségei világszerte megnöttek, és az inflációs nyomáshoz igazodó vásárlók ehhez igazítják szokásaikat: egyre többen választják az otthon főzést, mind tudatosabban kerülnek a pazarlást, keresik az akciókat, és összességében – a válságra válaszul – kevesebbet vásárolnak, és felelősségteljesebbek az élelmiszer-fogyasztás terén” - fejtette ki a vásárlói szokások változásait Monori István, a HulaLala növényi habalapokat forgalmazó König-Units Kft. brand-managere.

A NielsenIQ havonta végez fogyasztói kutatásokat, ami alapján négy kulcsstratégiát azonosított a fogyasztók áremelkedésre vonatkozó reakciója alapján. A kutatás szerint a kevesebb vásárlás mellett ismételten az olcsóbb termékek kerülnek előtérbe, a fogyasztók pedig egyre inkább nyomon követik a vásárlói akciókat és figyelik, mely termékek hol kaphatók a legkedvezőbb áron.

A negyedik kategória a tudatosság, azaz a vásárlók több időt és energiát fordítanak a vásárlásaik megtervezésére, bevásárlólistával kelnek útra és ehhez szorosan tartják is magukat.

Promóciós és árverseny a magyar boltokban

A vásárlói szokások változása Magyarországon ismét előtérbe helyezte a márkák közötti promóciós és árversenyt. A fogyasztói felmérésből jól látszik, hogy a fogyasztók aktívan keresik az olcsóbb lehetőségeket, akár olcsóbb helyettesítő termék vagy promóciók formájában. A vásárlási szokások szempontjából azonban érdekes adat, hogy a fogyasztók az olcsóbb termékek felkutatása mellett néhány olyan termék esetében kivételt tesznek, amelyben megbíznak és az áremelkedés ellenére is kitartanak az adott márká mellett.

Forrás: [www.piacprofit.hu](http://www.piacprofit.hu)

## **Decemberben további jelentős összegek segítik a tejágazatot**

2023. december 13.

Az előlegfizetést követően, az év utolsó hónapjában a tejágazat szereplőire uniós és nemzeti forrásból további kifizetések érkeznek, jelezve a kormányzat elkötelezettségét az ágazat irányába.

A tejtermelés a mezőgazdaság kiemelt jelentőségű ágazata, amelynek jelentős szerepe van a lakosság jó minőségű, egészséges élelmiszerrel való ellátásában, a foglalkoztatásban és a hozzáadott érték termelésben egyaránt. Az ágazat kibocsátása 2023-ban 309 milliárd forint volt, amivel az állattenyésztés kibocsátásának ötödét, 19 százalékát, a mezőgazdaság kibocsátásának 7 százalékát adta.

A kormány az utolsó negyedévben több körben indított jelentős mértékű kifizetéseket a tejtermelő gazdaságok munkájának segítésére. Szeptemberben, az átmeneti nemzeti tejtámogatás jogcímén, a 2022. évi jogosultságok után 3 600 tejtermelő 9,1 milliárd forint kifizetésben részesült. Ezt az uniós forrásból finanszírozott, termeléshez kötött, tejhasznú tehén támogatás előlegfizetése követte októberben és novemberben, ezen a címen 2 500 tejtermelő számára 8,1 milliárd forintot utalt a Magyar Államkincstár.

Az előlegfizetési időszak lezárultát követően újabb utalásokra nyílik lehetőség. Az átmeneti nemzeti tejtámogatás esetében, december első hetében 2 200 termelő számára már a frissített, 2023. évi történelmi bázisjogosultságok után is megérkezett az első kifizetés, összesen mintegy 7,9 milliárd forint értékben. Ezen a héten pedig – az ellenőrzési folyamatok előrehaladásának köszönhetően – a részfizetésekkel folytatódik az uniós forrásból finanszírozott termeléshez kötött tejhasznú tehén támogatás kifizetése. Ez várhatóan 2 700 termelőt érinthet, összege pedig 7 milliárd forint lehet.

Az ősz kezdete óta, a területalapú támogatásokon felül, így már több mint 32 milliárd forint érkezik a tejtermelő gazdaságok számlájára. Azon gazdálkodóknál, ahol a kérelmek ellenőrzésének előrehaladása ezt megengedi, a Magyar Államkincstár végfizetéseket is kezdeményez majd még az év vége előtt.

Forrás: [www.kormany.hu](http://www.kormany.hu)

## **Lidl: változás jön a hűtőpultokban és a termékeken**

2023. december 13.

Egyre több étel végzi a kukában, ezért fontos változást vezetett be a Lidl a saját márkás tejtermékeinél: a brit üzletekben eltűnik a fogyaszthatósági idő, ehelyett azt szeretnék, ha a minőségét megőrzi felirat szerepelne a csomagolásokon.

Új világ jön a tejtermékeknél a Lidlben: a vállalat a brit üzletekben eltörölte a fogyaszthatósági dátumokat saját márkás tej- és joghurtkínálatában, így szeretné ösztönözni a vásárlókat, hogy csökkentsék az otthoni élelmiszer-pazarlást. Nem a Lidl az egyetlen, aki lépett az utóbbi időkben: a Sainsbury's és az Aldi is leszedte a felhasználási időt a tej csomagolásáról az elmúlt hónapokban, hogy a vásárlók saját belátásuk szerint dönthessenek arról, fogyaszthatóak-e még a termékek a Retail Gazette cikke szerint.

Felkészülnek a joghurtok

Richard Inglis, a Lidl beszerzési vezetője szerint rengeteg tökéletesen jó tejet és joghurtot dobnak ki az emberek azért, mert kicsúsztak a megjelölt fogyaszthatósági időből. Szerinte az a logikus lépés, ha a minőségét megőrzi jelölést használják, hogy a vásárlók saját maguk dönthessék el, fogyasztható-e a tej vagy joghurt.

A két jelölés között van különbség, a magyar Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal (Nébih) szerint a minőségmegőrzési idő azt az időtartamot jelöli, ameddig az élelmiszertől elvárható, hogy a megadott tárolási körülmények között tartva biztonsággal fogyasztható marad és megőrzi eredeti minőségi tulajdonságait. Ezzel szemben a fogyasztható jelölést jellemzően a mikrobiológiai szempontból gyorsan romló élelmiszerek esetén használják, és a megjelölt felhasználhatósági dátum után ezeknek az ételeknek a fogyasztása kockázatos lehet, veszélyt jelenthet az egészségre.

Az új csomagolások már megjelentek az angliai és walesi üzletekben, míg a joghurtok címkéin 2024 elejétől lesz változás. A lépés része a Lidl élelmiszer-pazarlás elleni stratégiájának, ennek keretében a vállalat létrehozott "Too Good to Waste" dobozokat is, amelyekben 1,50, azaz kevesebb mint ezer fontért körülbelül 5 kg olyan gyümölcsöt és zöldséget kínálnak, amelyek kissé sérültek, elszíneződtek, de még mindig fogyaszthatóak.

Többen léptek már

A szigetországban több élelmiszerlánc tett hasonló lépéseket már, és a legtöbben a kidobott élelmiszerek mennyiségének csökkentése érdekében változtattak. Az Aldinál szintén megváltoztak a tejtermékek, a vállalat célja, hogy 2030-ig a felére csökkentse az élelmiszer-hulladékot.

Erre szükség is van, hiszen a hulladékcsökkentéssel foglalkozó WRAP jótékonyági szervezet szerint évente közel 300 ezer tonna tejet pazarolnak el a brit háztartások azért, mert nem fogyasztják el a fogyaszthatósági dátumig.

A zöldségeknél már működik

A zöldségeknél és gyümölcsöknél egyébként már több kereskedő eltörölte az eddig érvényben lévő minőségmegőrzési időt.

Az Aldi tavaly csatlakozott a Tescóhoz, a Sainsbury's-hoz és az M&S-hez, és több mint 60 friss gyümölcsön és zöldségen, így többek között almákról és körtékről, citrusféllekről, burgonyákról, sárgarépaokról és hagymákról távolítja el a feliratot.

Forrás: [www.privatbankar.hu](http://www.privatbankar.hu)

## **Tejet iszunk, de desszertre már nincs pénz**

2023. december 13.

A tejágazatban korábban megkezdődött trendek, amelyek egyértelműen a prémium és magasabb hozzáadott értékű tejtermékek népszerűségére mutattak, az elmúlt egy-két év gazdasági hatásainak eredményeként megfordulni látszanak.

A rendkívül heterogén tejtermelői, feldolgozó és kiskereskedői üzemszerkezet, a gyakran több lábon álló mezőgazdasági üzemek, illetve a rendkívüli sebességgel változó gazdasági környezet okán egységes ágazati nyereségszintet megállapítani szinte lehetetlen.

– A tejtermelésünk közel egy évtizedes bővülés után tavaly elkezdett csökkenni, 1,9% volt a visszaesés. Idén sajnálatosan tovább gyorsul, immár 4%-os a felvásárlás visszaesése éves bázison. A KSH adatai szerint a tejtermékgyártás 2022. évi összes nettó árbevétele közel 500 milliárd Ft volt, ez 47%-kal magasabb, mint az előző évi és 50%-kal magasabb, mint a 2020. évi adat. A 2022. évi magas számokat az akkori alapanyag-, energia-, csomagolóanyag- és egyéb input árrobbanás tükrében lehet csak értelmezni – informál Harcz Zoltán, a Tej Terméktanács ügyvezető igazgatója.

Elmondása szerint a hazai tejtermelés az uniós termelés csupán 1-1,5%-át adja. Mivel a megtermelt nyers tej mintegy 10-12%-át exportáljuk, miközben sajt, vaj és joghurt tekintetében jelentős az importunk, rendkívül kitéttek vagyunk az európai, illetve globális piacnak. A COVID okozta ellátásilánc-zavarok, a háborús konfliktus okozta energiaár-robbanás vagy az infláció ugyanúgy érintették a tejágazatot, mint minden más ágazatot. Egy csupán 1-2%-os európai tejhiány (vagy tejföllet) alapvetően meg tudja határozni a magyarországi piaci viszonyokat.

Bőven van fejlesztésre váró terület

A tejtermelőket érintő tejágazati támogatások kapcsán az új Közös Agrárpolitika eddig nem hozott érdemi változásokat. A hatósági árak, a kötelező akciózás és készleten tartás, különösen a hozzájuk kapcsolódó ellenőrzések ugyanakkor jelentős zavarokat okoztak. Mindezek mellett



az EPR is komoly adminisztrációs terhet és végső soron – a feldolgozók által kigazdálkodhatatlan – önköltségnövekedést is jelent.

– A legnagyobb gondot a kiszámíthatatlanság váltotta ki a COVID megjelenése óta napjainkig tartó „intenzív” időszakban. A tejtermelőktől a kiskerekedőig minket sem kerültek el a nehézségek, úgymint a történelmi aszály, az ellátási láncok szétesése, az infláció okozta fogyasztás-visszaesés, az energia és alapanyag áremelkedése stb. – jegyzi meg Harcz Zoltán.

A tejtermelők és a tejfeldolgozók egyaránt várják az új beruházási támogatásokat, mivel több vonatkozásban is sürgős fejlesztésekre van szükség. A fejlesztendő területek sora szinte végtelen.

**Megforduló trendek**

Harcz Zoltán meglátása szerint normál gazdasági/társadalmi viszonyok között a magasabb hozzáadott értékű, prémium vagy például a drágább biotejtermékek, desszertek, cukrászati termékek, félkész és készételek felé kellene mozdulnia a tej és tejtermékfogyasztásnak.

Az infláció azonban a tej és tejtermékeket sem kímélte sem idehaza, sem Európában. Ezért viszonylag szokatlan tendenciák rajzolódtak ki: a hatósági áras UHT tej miatt növekedni tudott a hazai tejfogyasztás, de a fogyasztók egyre inkább a saját márkás termékek, az olcsóbb márkák, nagyobb kiszerezések felé fordultak vásárlásaik során. A tej kivételével minden tejtermék értékesítése csökkent a tavalyi évihez képest.

– A tej és tejtermékek mint alapvető élelmiszerek tekintetében a fogyasztásnak emelkednie kell, a tejtermelő bázis lehető legnagyobb részét meg kell óvni, a tejfeldolgozók pedig fejlesztési beruházási feladatokkal állnak szemben. A megváltozóban lévő fogyasztói szokások követése és a fogyasztók megtévesztésének megakadályozása érdekében az eddigieknél nagyobb erőforrásokat kell fordítanunk a következetes vásárlói tudatformálásra, különösen a növényi alapanyagból előállított utánpótlások kapcsán – vészolja az ágazat előtt álló kihívásokat a Tej Terméktanács ügyvezető igazgatója.

Forrás: [www.trademagazin.hu](http://www.trademagazin.hu)

## **Együttműködési megállapodást kötött a Chep Magyarország Kft. és a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács**

2023. december 20.

Az együttműködés célja a magyar tejtermelés, tejipar és kiskereskedelem fenntarthatósági és üzleti kihívásainak feltérképezése, fenntarthatósági szempontok érvényesítése, a körforgásos gazdaságra vonatkozó ajánlások megfogalmazása, a szürkegazdaság visszaszorítása, a tejipari szereplők közötti raklap veszteségek csökkentése.

Nagy várakozásokkal tekintek a Tej Terméktanáccsal való együttműködés elé. Cégünk, mint a raklappiac szakértője, képes a tejágazat szereplőivel együtt egy fenntartható rendszert javasolni. A közösen vezetett kutatás az egyik legfontosabb terület a ránk váró munkában. Megérteni a gyártók és kereskedők aktuális kihívásait, segíteni rávilágítani a megoldási lehetőségekre, ez az, ami nagy újdonság lesz. Hogyan csökkentjük a raklapvesztést, a hulladék mennyiségét és a szállítási költséget, így a CO2 kibocsátást is. Egyedülálló szakmai tudással rendelkezik a Tej Terméktanács, így meg vagyok győződve, hogy minden szereplőnek elérhető ajánlásokat tudunk majd adni - mondta Barla-Szabóné Illés Nóra, a Chep Magyarország Kft. ügyvezető igazgatója.

Harcz Zoltán, a Tej Terméktanács ügyvezető igazgatója hozzátette, hogy a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács célja a magyar tejágazat fejlődése, a magyar tejipari szereplők eredményes működése, a tejtermelésből és tejfeldolgozásból élő valamennyi gazdálkodó és munkavállaló érdekeinek védelme, valamint a magyar fogyasztók hosszútávon is megfizethető és folyamatosan magas minőségű tejjel és tejtermékkel történő ellátása. A Tej Terméktanács

tagjai sorába felvehet olyan tagokat, akik tevékenysége nem, vagy csak közvetve köthető a tej termékpályához, de segíteni kívánja a Tej Termék Tanács által kitűzött célok elérését, illetve szimpatizál a Tej Termék Tanács által folytatott tevékenységgel.

A Chep Magyarország Kft. a Tej Termék Tanács pártoló tagjává vált.

Az együttműködés keretében a felek részt vesznek egymás tejágazati és fenttarthatósági rendezvényein, a Chep Magyarország Kft. megjelenik a Tejipari Hírlapban, a tejágazatról (tejpiac, kihívások, feldolgozói kapacitások, import/export volumenek, piaci tendenciák, potenciális kockázatok), illetve a Termék Tanács tagsági körében a raklap használatról, a raklap elszámolással kapcsolatos jelenlegi gyakorlatról, a problémákról és veszteségekről szóló tanulmányokat terveznek az együttműködő felek.

Forrás: [www.novekedes.hu](http://www.novekedes.hu) / CHEP Magyarország Kft. – Tej Termék Tanács sajtóközlemény

## **Még annál is sokkal drágább mindannyiunknak itthon a hús és a tej, mint amit a bolti árak mutatnak**

2023. december 20.

2021-ben csak a tejhasznú tehenészet és sertésenyészet közel 30 milliárd forint nemzetgazdasági veszteséget eredményezett, és ezekben a számokban még nincs benne a befektetett eszközök megtérülése, a gazdálkodók profitja, ez pusztán a működési veszteség, amit a magyar állam, tehát mindannyian finanszírozunk. A hazai hús- és tejipar hosszú évek óta stabilan és masszívan veszteséges, mégis hozzájuk kerül a az agrár- és vidékfejlesztési támogatások jelentős része. A jóval kisebb állami támogatásokból működő gyümölcs- és zöldségtermesztés, zöldségajtatás már most értékteremtőbb és profitábilisabb szektor, mint a javakat felélő és a klímaváltozást is fokozó állattartás, úgy, hogy előbbieket a legmagasabb, 27%-os áfakules sújtja, szemben az 5%-os tej és sertéshús áfájával. Nemcsak, hogy itthon lejt a pálya az állati eredetű termékek felé, de a tej- és sertéshúsexport támogatásával gyakorlatilag a magyar adófizetők finanszírozzák a külföld fogyasztását is. Át kell alakítanunk az agrártámogatási rendszert, mert a növényi termékpályák fejlesztése, fejlődésének támogatása sokkal több nemzetgazdasági előnnyel jár, így kedvezőbb volna mindannyiunk számára.

2022-ben 1008,7 milliárd Ft-ot, vagyis fejenként több mint 100 000 Ft-ot fizetett ki a magyar állam agrár- és vidékfejlesztési támogatásokra. E hatalmas pénzmennyiséget a lehető legjobban, a legtöbb értéket teremtve kellene felhasználni, minél inkább előtérbe helyezve a fenntarthatóságot. Azonban éppen ennek az ellentéte tapasztalható: a támogatások jelentős része az egyébként veszteségesen működő állati eredetű termékekhez és termékpályákhoz kerül, míg a zöldségek és gyümölcsök, illetve a növényi eredetű élelmiszerek támogatási intenzitása lényegesen alacsonyabb.

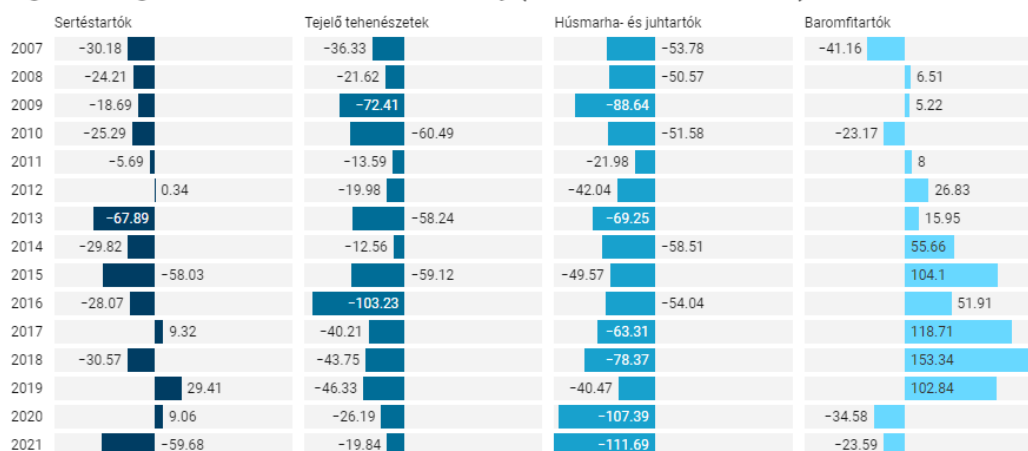
Ez igaz nemzetközi szinten is, de hazánkban is azt látjuk az Agrárközgazdasági Intézet (AKI) Pénzügyi Hírlevelei alapján, hogy az agrár- és vidékfejlesztési támogatások közel 20%-át az állattenyésztők kapják, miközben a kertészetek mindössze 5–6%-os arányban részesülnek belőle. Ehhez ráadásul még hozzá kell tenni, hogy a támogatások több mint 40%-át kapó szántóföldi növénytermesztés jelentős részben takarmányokat termel az állatok számára, tehát az ezen az ágon adott támogatások is közvetve az állattenyésztést segítik.

A kép azonban még borúsabb, ha megnézzük az egyes ágazatok költség- és jövedelemviszonyait az AKI Tesztüzemi Információs Rendszer (FADN) adatai alapján. Az FADN egy reprezentatív adatgyűjtésen alapul, és a hazai mezőgazdaság 95–97%-áról ad átfogó és megbízható képet. Az adatgyűjtés alapján részletesen látszik, hogy a gazdaságok jövedelmei milyen forrásokból származnak, illetve hogyan alakulnak költségeik.

Az adatok alapján megvizsgálható, hogy a különböző gazdaságok mennyire nyereségesek, illetve az állami támogatások a nyereség mekkora részét teszik ki. Ha az üzemi eredményből

(ami lényegében az összes bevétel és költség különbsége) levonjuk az állami támogatásokat, akkor megkapjuk, hogy állami támogatások nélkül mennyire lennének nyereségesek a különböző ágazatok. Az FADN adatok alapján ez 2007 és 2021 között minden évre kiszámítható, az eredmény pedig elég meglepő.

#### Agrártámogatások nélküli üzemi eredmény (ezer forint/számosállat)



Get the data • Created with Datawrapper

AKI FADN adatok alapján a szerző számítása.

Ahogy az a fenti ábrán is látható, az állattenyésztéssel foglalkozó gazdaságok közül a sertésenyésztők, a tejelő és húsmarhatartó gazdaságok szinte mindegyik évben masszív veszteségeket szenvedtek el.

Tehát nemcsak ezen gazdaságok teljes profitját finanszírozta az állam, hanem még a veszteségeiket is meg kellett térítenie.

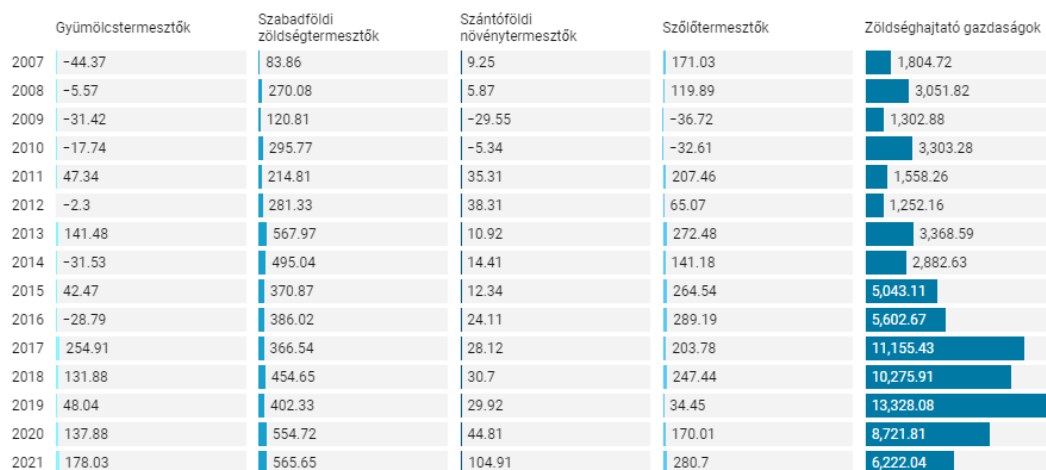
A Központi Statisztikai Hivatal adatai alapján kb. 278 ezer tejhasznú tehen volt Magyarországon 2021-ben, tehát ez kb. 5,5 milliárd Ft nemzetgazdasági veszteséget eredményezett. A sertésenyésztés esetén ez a szám kb. 22,9 milliárd Ft volt 2021-ben. És ezekben a számokban még nincs benne a befektetett eszközök megtérülése, a gazdálkodók profitja, ez pusztán a működési veszteség.

Az adatok azt mutatják, hogy nemzetgazdasági szinten valójában az állattenyésztés nem értéket teremt, hanem feléli a javakat.

Miért nem fektetünk abba, ami több gazdasági értéket is teremt?

A magyar állam mégis évente tízmilliárd forintokkal finanszírozza ezeket az ágazatokat, amelyek ráadásul jelentős mértékben felelősek a klímaváltozásért is.

#### Agrártámogatások nélküli üzemi eredmény (ezer forint/hektár)



Get the data • Created with Datawrapper

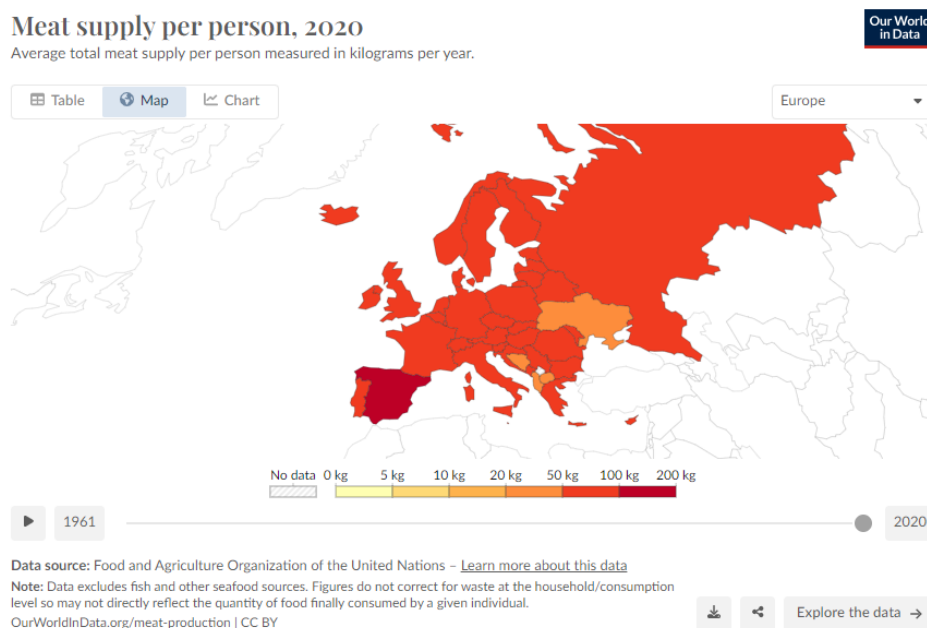
AKI FADN adatok alapján a szerző számítása.

Másik oldalról nézve pedig az látható, hogy a gyümölcs- és zöldségtermesztés, zöldségajtatás egy jellemzően profitábilis ágazat állami támogatások nélkül is.

Ezek fejlesztése, bővítése tehát nemzetgazdaságilag sokkal több értéket tud teremteni.

A helyzetet ráadásul három tényező még tovább rontja. Egyrészt, a tej és a sertéshús áfaszintje a lehető legalacsonyabb (5%), míg a zöldségek és gyümölcsöké a lehető legmagasabb (27%) Magyarországon. Másrészt, állami támogatásokból rendszeresen a fogyasztásösztönző marketingkampányok a tej- és hústermékek vonatkozásában. A támogatások, a kedvező áfaszint és a reklámkampányok azt eredményezik, hogy torzul a versenysemlegesség, nem egyenlők a versenyfeltételek különböző, egymást helyettesíteni képes termékek (pl. tej és növényi italok) között, és a pálya a veszteségesen működő állati eredetű termékek felé lejt.

Harmadrészt, szintén vannak olyan állami támogatások, amelyek ezen veszteséges ágazatok exportképességének növelését célozzák. Ez azt jelenti, hogy a magyar állam a magyar adófizetők pénzéből támogatja azt, hogy a más országokban élők olcsóbban juthassanak hozzá a termékekhez, lényegében részben a magyar emberek finanszírozzák a külföldiek fogyasztását. És minél nagyobb a tej és a sertéshús exportja, annál inkább igaz ez. Az ENSZ Élelmezésügyi és Mezőgazdasági Világszervezetének (FAO) 2020-as adatai alapján hazánk egy főre vetítve több húst termelt, mint az összes szomszédos ország, vagy mint Franciaország és Németország, azaz sokat termelünk egy veszteséges termékből.



Át kell alakítanunk az agrártámogatásokat, mert jelenleg gazdaságilag és környezetileg is fenntarthatatlanok

A támogatások e rendszerével közgazdaságilag három alapvető probléma van. Elsőként, az államnak nem feladata magánvállalkozások veszteségeinek finanszírozása. Ha ez így lenne, akkor nem lenne gazdasági növekedés és jólét, hiszen bárki kérhetné az államtól, hogy ha többet költött, mint a bevétele volt, az állam pótolja ki a különbséget. Ez pedig nem ösztönözne senkit sem innovációra, fejlesztésre, kemény munkára, az állami transfereket várná mindenki.

Másodikként, az állam működésének semlegesnek kellene lennie, nem preferálhat egy terméket egy másikkal szemben. Nem az állam feladata, hogy kiválassza, melyik élelmiszer lesz sikeres és melyik nem. Ha ez így lenne, az szintén nem ösztönözne senkit sem innovációra, fejlesztésre, kemény munkára, hiszen nem ez hozná meg a sikert, hanem az állami akarat.

Végezetül, a magyar állam csökkenthetné az állampolgáira nehezedő adóterheket, ha a piacra bízna az egyes iparágak működését és finanszírozását. Ez különösen igaz, amikor az exportképesség fejlesztéséről beszélünk. A növényi termékpályák fejlesztése, fejlődésének

támogatása sokkal több nemzetgazdasági előnnyel jár, így kedvezőbb mindannyiunk számára is.

Összegezve tehát az látható, hogy az agrártámogatások átalakítására van szükség. Ez azon ritka esetek egyike, amikor a gazdaság, a társadalom és a klímavédelem érdekei egybeesnek. Ez viszonylag ritka, érdemes volna élni vele.

Forrás: [www.masfelfok.hu](http://www.masfelfok.hu)

## **Most épp a demitáriánus étrend menti meg a Földet**

2023. december 21.

Az ENSZ által javasolt legújabb étrend még a vegán étkezési formánál is hatékonyabban veszi fel a küzdelmet a klímaváltozás ellen, ennek alapja a hús és a tejtermékek fogyasztásának csökkentése.

A demitáriánus étrend alapja a hús és tejtermék fogyasztásának felére csökkentése. Ezzel az újszerű ötlettel még a károsanyag kibocsátást is csökkenteni lehet, valamint betartása is könnyebb, mint a vegán opció – írja az Euronews.

Az ENSZ által készített tanulmány szerint a nitrogénszennyezés is visszaszorítható a demitáriánus étrendnek köszönhetően. A tanulmány a környezetszennyezés csökkentése és az emberi egészség megőrzésének érdekében javasolja az európai átlagos hús-és tejtermékfogyasztás felére csökkentését, valamint a növényi alapú étrendre való áttérést.

Erre azért is van szükség, mert a kutatók szerint az európai élelmiszerrendszer – élén az állattenyésztéssel – a leginkább felelős a kontinens 80 százalékos nitrogénkibocsátásáért.

Ezzel ellentétben a növényi termékek termesztése sokkal hatékonyabb, hiszen kevesebb földet és műtrágyát igényelnek. Ahhoz, hogy a növényi étrendre való átállás sikeres és népszerű lehessen, komoly anyagi forrásokkal kell támogatni az ügyet.

A tanulmány emellett a nitrogéntartalmú trágya felhasználásának és tárolásának jobb szabályozását is sürgeti. Ez alapján a nitrogén megkötésére irányuló hatékonyabb szennyvízkezelés szintén csökkentené a kibocsátást.

„Elemzésünk szerint a nitrogénhulladék 2030-ig történő felére csökkentésére irányuló törekvések közül a demitáriánus megközelítést (a hús- és tejfogyasztás felére csökkentése) tartalmazó intézkedések érték el a legjobb eredményt” – mondta Mark Sutton professzor, az a brit Ökológiai és Hidrológiai Központ munkatársa és az Appetite for Change egyik szerkesztője.

Forrás: [www.economx.hu](http://www.economx.hu)

## **Lelepleztük a 100 százalékos inflációt, nem álom volt, hanem valóság**

2023. december 21.

Bár a fogyasztói árak növekedése novemberre 7,9 százalékra szelídült, s ezzel már nem is Magyarország az infláció Európa-bajnoka, az továbbra is vitatott, olyan értelemben kik voltak a nehéz gazdasági környezet nyertesei, hogy látványosan nagyot kaszáltak a válságon. Az élelmiszer-kiskereskedelem mélyére ásva korábbi cikkünkben már felfedtük, hogy az áruházláncokkal szemben sokkal inkább az élelmiszergyártók szedték meg magukat, most pedig továbbmenve, tételelesen megmutatjuk, ki hányszor és mekkora mértékben emelt árat a háború kirobbanásának évében.

A nagy áruházláncok éves beszámolóit nem azt tükrözték, hogy nyereszkeskedtek volna a nehéz helyzetbe került lakosságon, ezért az Index utánajárt, a bolthálózatoknak beszállító vállalatok üzleti teljesítménye hogyan alakult a háború, a válság évében. A lapunk kutatásában szereplő

29 cég közül 28-nak nőtt az árbevétele, 21-nek az üzemi eredménye, 20-nak az árbevétel-arányos eredménye is. A vizsgált beszállítók konyhájára együttesen csaknem 110 milliárdos profitot hozott az elmúlt év, közülük is kiemelkedett az étolajgyártó Bunge, illetve a baromfitermelő Master Good.

Nem mindegy az áremelések időzítése

Konjunktúraciklus közepette nehezebb árat emelni, mint válság idején, hiszen amikor felszöknek az árak, szinte már fel sem tűnik, ha valami jóval többbe kerül, mint amihez hozzászoktunk. Ezzel a legtöbben a fogyasztói árakat látva szembesülnek, ám azok az esetek döntő többségében már csak a beszállítói sales stratégia következményei.

Az energiaválság megemelte a termelési költségeket, ahogy az alapanyagok és a csomagolóanyagok gyártói is drágábban dolgoztak, mint korábban bármikor, ezek nyilvánvaló tények, mégis számtalan olyan példára lettünk figyelmesek, amikor egy élelmiszergyártó ennél jóval messzebbre ment.

A *Megtudtuk, kik kerestek a legtöbbet a válságon* című összeállításunk után még mélyebbre ástunk, megnéztük, az árak felerésében élen járó piaci szereplők hányszor címkézték át a termékeiket, s ezzel mennyivel drágították meg a boltok polcaira kerülő élelmiszereket. Igaz, arra is fény derült, hogy a masszív áremelés nem mindig tükröződik a pénzügyi eredményekben, vagyis van, amikor valóban a gyártási, termelési költségek elszállása áll a háttérben, ugyanakkor arra is akad bőven példa, hogy egyesek visszaéltek a monopol vagy oligopol helyzetükkel. Mindez tovább árnyalja a képet, mennyire összetett folyamatok állnak a mögött, hogy a tavalyi, átlagosan 14,5 százalékos infláció mögött legnagyobb mértékben, 26 százalékkal az élelmiszerek drágultak.

Így néz ki a kockás füzet a tejiparban

Az Index újabb kutatásából – amely során a 2022-es áremeléseket vettük górcső alá – kiderült, hogy az Alföldi Tej Kft. a múlt év egészében összesen 20-szor emelt árat, március 7-én először, végül december 13-án. Igaz, ezek közül „csak” ötször fogott vastagabban a ceruza a teljes termékpaletta vonatkozásában, a többi részleges drágulást vont maga után egyes termékekre, termékcsoportokra. A teljes körű változások sorrendben 6,4, 10,9, 18,1, 11,4, illetve 16,4 százalékot jelentettek pluszban. A legnagyobb lépést július végén tette meg az Alföldi Tej, ekkor ugrottak meg csaknem ötödével az áraik. Mindez azonban a székesfehérvári és debreceni tejipari üzemmel működő vállalatot a beszámolója szerint pénzügyileg érdemben nem lökte előre: bár az egy évvel korábbi 55,72-ről 78,78 milliárd forintra nőtt tavaly a forgalma, a profit 1,86 milliárdról 1,44-re olvadt.

A tejiparnál maradva, a leginkább a pöttyös túró rudival azonosított FrieslandCampina Hungária Zrt. sem szerénykedett, a cégnél 13 áremelést rögzítettünk a kutatásunk során.

Ebből nyolc hullám vonatkozott a teljes portfólióra (bár abban megjelent a népegészségügyi termékadó és az áfa is), de akadt olyan eset, amikor egy, kettő vagy négy termék drágult. A teljes paletta vonatkozásában egy 25 százalékos átcímkezés volt a csúcs, és a FrieslandCampina esetében be is váltotta a hozzá fűzött reményeket az árazási politika – igaz, az eredményességhez hatékony, versenyképes működés is kell, nem csak magas árak. A nettó értékesítés 37,3 milliárd forintról 45,95-re kúszott fel, a 3,16 milliárdos adózott eredmény pedig 3,99-re.

Továbbra is tejben úszva azt láttuk a Sole-Mizo Zrt.-nél, hogy átlagosan havonta kétszer jött egy áremelés a háború és az energiaválság évében, merthogy 2022-ben 24-szer drágultak a termékeik.

A legnagyobb emelést novemberre időzítette a vállalat, amely ekkor 18,3 százalékkal kért többet a partnereitől, de az esztendő során 13-szor is két számjegyű áremelést tartott indokoltnak az Index gyűjtése szerint. Ennek megfelelően erős évet is zárt a szegedi bázisú Sole-Mizo, nemcsak az árbevétel nőtt 89,23 milliárd forintról 121,29-re, hanem a profit is 832 millióról 2,7 milliárdra. Vagyis itt közel sem azzal a helyzettel állunk szemben, hogy „ami



bejött az ajtón, az kiment az ablakon”, hiszen a válságok évében a beszámolója által alátámasztottan is vastagon triplázta profitját a vállalat.

Az áremelésben jeleskedő tejipari cégek körét a TolnaTej Zrt.-vel zárva azzal szembesültünk, hogy a szekszárdi központú piaci szereplő 13 áremeléssel vétette észre magát, volt köztük nyolc teljes, öt részleges, előfordult, hogy csak a trappista sajt ára nőtt, máskor a 2,8 és a 3,5 százalékos tejé. A legszigorúbb pillanatot 2022. november 14-e hozta el, ekkor egységesen 19,1 százalékkal mentek fel az árak. Mindezek eredményeként tavaly a tej jobb üzlet volt Tolna szívében, mint a borászok nagy bánatára a kadarka vagy a kékfrankos: mert az egy dolog, hogy a TolnaTejnél a 49,6 milliárd forintos árbevétel meg sem állt 68,64-ig, de az adózott eredmény is 1,88-ról 5,02 milliárdra hízott. Ez a tempó pedig a Sole-Mizo bravúros nyereségére hajaz, ha nominálisan nézzük, kenterbe is veri azt.

Utánozhatatlan a Bunge árpolitikája

A többi élelmiszergyártót iparági bontás nélkül helyeztük nagyító alá, meg-megállva egy-egy olyan szereplőnél, ahol „dinamikusan fejlődő” árakkal szembesültünk. Az előző cikkben már alaposan kivesézett Bunge Növényolajipari Zrt. árbevétele 448,69 milliárd forintra ugrott tavaly az egy évvel korábbi 324,21-ről, viszonyításképp a bő 120 milliárdos bővülés a Pick-Szeged Zrt. teljes forgalmának a másfélszeresének felel meg. Bár a növényolajipar segít tájékozódni, könnyebb térképre helyezni a céget, ha tudjuk, a Bunge Zrt. (amelynek anyacége a Bunge Limited) elődje, a Cereol Rt. 1992-ben, az állami tulajdonú Növényolajipari és Mosószergyártó Vállalat magfeldolgozással, étolaj-finomítással és -palackozással foglalkozó üzletágát megvásárolva jött létre.

Nos, a Bunge „csak” négyszer emelt árat, ám annak mértéke felért másutt 10-15-tel is, hiszen a drágulás üteme sorrendben 18,7, 19,5, 20, illetve 24,7 százalékos volt.

Az első lépcső csak az étolajra vonatkozott, a másik három pedig az összes termékre, beleértve a margarint is. Ez alapján az étolaj ára éven belül duplázódott, de a margariné is felment 70-80 százalékkal – már ami az áttárolt árakat illeti, beszállítva a kereskedelmi vállalkozásoknak. Ennek hatására a Bunge Zrt. profitja 8,22 milliárd forintról 33,74 milliárdra ugrott, aki érezni akarja a különbséget, annak hosszú évekig rendszeresen öttalálatos lottószelvényre van szüksége.

A Gyermelyi Zrt. sem tétlenkedett a többletköltségek áthárítása terén, lapunk kutatásából ugyanis kiderült, hogy a vállalat 21 árváltoztatást hajtott végre, becsületére legyen mondván, a 19 emelés mellett kétszer csökkentett is. Magyarország piacvezető tésztagyártójánál, legnagyobb tojástermelőjénél és egyben megkerülhetetlen malomipari szereplőjénél négy-négy alkalommal drágult a tészta, illetve a liszt, a többi árváltozás a tojás kategóriát érintette. Az egyik árcsökkentés 4,15, a másik 5,8 százalékos volt gyűjtésünk alapján, míg a legnagyobb áremelés 29,6 százalékra rúgott, a lisztnél. A Gyermelyi forgalma 27,1 milliárd forintról 46,62-re ugrott, s követte a nyereség is: az 1,26 milliárdról 2,91-re nőtt.

A Fevita Hungart a sportbarátok jelentős része még ma is a székesfehérvári jégkorongcsapat névadó szponzoraként azonosítja, pedig már nem az, ám kétségtelenül helyi érdekeltségű a gyümölcs- és zöldségfeldolgozással foglalkozó vállalat. Az Index kutatása szerint a Fevita hatszor emelt árat, háromszor a teljes termékpallettája vonatkozásában, háromszor részlegesen. Ez önmagában még nem is lenne kirívó, ám a mérték figyelemre méltó, egy csekélynek mondható, 5,43 százalékos áremelés mellett ugyanis 17,1, 20,3, 22,56, 27,43, illetve 28,11 százalékos drágulást jegyezhetünk fel.

Rémálomnál több volt az árduplázás

Fontos hangsúlyozni, hogy ezek nem a fogyasztói, hanem a beszállítói árak, amelyeket értelemszerűen lekövet a kereskedők árazása is, ám az árrés jellemzően nem az ő térfelükön keletkezik. Amikor 2023 januárjában 25,7 százalékon tetőzött az infláció, azon belül az élelmiszer-drágulás 44 százalékon, nem véletlenül panaszkodtak arra sokan, hogy az érzékelt infláció sokkal nagyobb, mint a valós. A mellékelt ábra szerint a valós is elérte egyes esetekben

a 100 százalékot. A konkrét példára visszatérve, a Fevita legalább visszafogottan bővült: árbevétele 9,11 milliárd forintról 10,27 milliárdra nőtt, adózott eredménye pedig 383-ról 473 millióra.

A tejtermékek, a húskészítmények és a mirelitek terén is meghatározó a Nádudvari Élelmiszer kft., amely 14 áremelést eszközölt 2022-ben. Ebből hétszer a tej drágult, négyszer a hús, háromszor a mirelit.

Az áremelések hatására pénzügyileg nem javult azonban a hajdúsági üzem pénzügyi helyzete, ami elgondolkodtató: bár a nettó értékesítés 12,46 milliárd forintról felment 16,72-re, az egy évvel korábbi 557 millió profit egy része elpárolgott, maradt belőle 424 millió a múlt évre. A szalámikirály Pick Szeged Zrt. hatszor emelt: háromszor a brandtermékek, háromszor a teljes portfólió árazását módosítva. A legkisebb emelés 9,07, a legnagyobb 23,71 százalékos volt. Bár más kaliber, mint a Nádudvari, a Pick is hasonlóképp járt: becsületos bővülés a bevétel során (70,67 milliárd forint után 80,28), csökkenő nyereséggel (10,32 milliárd után 6,91).

Az Unilever-Magyarország Kft. annyiban kakuktktojás az eddig vizsgált cégekkel szemben, hogy a non food termékek terén is jelentős beszállítói potenciállal bír.

Az Unilever hétszer emelt árat, ebből két-két alkalommal a kozmetikumok, illetve a vegyi áruk, háromszor az élelmiszerek, abból egyszer a teljes jégkrémszortiment vonatkozásában. Míg ennek nyomán a fagyasztott édességek beszállítói ára csak 7,69 százalékkal változott, a többi átcímkezésnél bátrabb volt a cég, azok mértéke 13,8 és 18 százalék között szóródott. Végeredményben kijött a matek az Unilevernél is: a 99,44 milliárdos egy évvel korábbi árbevétel után a képzeletbeli 100 milliárdos falat úgy törte át, hogy egészen 122,56 milliárdig jutott, miközben az adózott eredmény 2,88 milliárról 3,8 milliárdra hízott.

[www.index.hu](http://www.index.hu)

## **Véget ért a trappista árcsökkenése, ismét emelkedik a tej ára**

2023. december 22.

Kis ütemben, de újra emelkedett novemberben a felvásárolt nyerstej belföldi ára, de az exportált tejért még mindig többet kaphatnak a termelők. A boltokban a vajén kívül nem volt nagymértékű árváltozás, drágulásra és árcsökkenésre is van példa.

Javult novemberben a Magyarországon lefejt nyerstej beltartalma, az egy kilogrammra vetített országos termelői átlagár pedig 159,56 forint volt – közölte az Agrárközgazdasági Intézet (AKI). Ez 1,8 százalékos áremelkedést jelent az októberihez képest, de 25 százalékkal elmaradt az előző év azonos hónapjának átlagárától, a 2023. januári rekordárnál pedig 29 százalékkal alacsonyabb. Az Európai Unió átlagában novemberben 20 százalékos volt a nyerstej felvásárlási árának az éves alapon mért csökkenése. Az októberihez képest 2 százalékkal csökkent ugyanakkor a Magyarországon felvásárolt nyerstej mennyisége, míg a 2022. novemberinél 2 százalékkal volt több.

A Tej Terméktanács ezzel kapcsolatban kiemelte, hogy a felvásárlás idén először nőtt előző évhez képest, míg a kivitel továbbra is az egy évvel korábbi mennyiségek felett alakul.

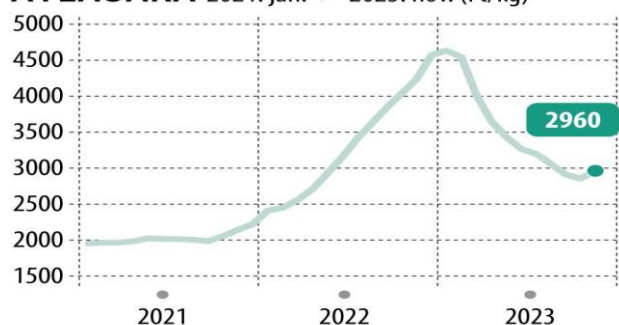
Ezzel az első tizenegy hónapban a felvásárolt tej mennyisége 3 százalékkal volt kevesebb, mint az előző év azonos időszakában, a kivitel pedig 10 százalékkal nőtt. A nyerstej exportára kilogrammonként 177,76 forint volt idén novemberben, ami 2 százalékkal magasabb az előző havinál, de a 2022 novemberi árnál 20 százalékkal alacsonyabb, miközben a belföldi árat 11 százalékkal haladta meg.

A tejek és a tejtermékek feldolgozói átadási árai eközben termékenként eltérően mozogtak, csakúgy, mint a fogyasztói árak. Az 1,5 százalék zsírtartalmú dobozos UHT-tej feldolgozói értékesítési ára például 5, a trappista sajté és a 2,8 százalék zsírtartalmú dobozos UHT-teje pedig egyaránt 3 százalékkal nőtt, míg a tejföl és a gyümölcsös joghurt átadási ára 1, az adagolt

vajé pedig 3 százalékkal csökkent. A KSH adatai szerint a 2,8 százalék zsírtartalmú ESL-tej és a 12 százalék zsírtartalmú tejföl fogyasztói ára nőtt 2-2 százalékkal, az 1,5 százalék zsírtartalmú ESL-tejé és a 20 százalék zsírtartalmú tejfölé egyaránt stagnált. Csökkent ugyanakkor a 2,8 százalék zsírtartalmú dobozos UHT-tej fogyasztói ára, ez a termék 1 százalékkal lett olcsóbb, az adagolt vaj ára pedig 7 százalékkal mérséklődött az előző havihoz képest. Véget érni látszik a trappista sajt év eleje óta tartó árcsökkenése, novemberben már 3,9 százalékkal emelkedett a fogyasztói ára.

## A TRAPPISTA SAJT FOGYASZTÓI

ÁTLAGÁRA 2021. jan. ► 2023. nov. (Ft/kg)



Forrás: Refinitiv, VG-grafika

Újra emelkedőben a trappista ára

A terméktanács piaci összefoglalójában arra hívta fel a figyelmet, hogy az Európai Bizottság 2035-ig szóló középtávú előrejelzése szerint az elkövetkező években is a fenntarthatósági szempontok fogják a tejtermelést alakítani. A szigorúbb környezetvédelmi elvárások hatására a tejelő tehenállományban a 2013–2023-as időszak átlagos csökkenésénél nagyobb mértékű, évente 1,1 százalékos fogyás várható 2023 és 2035 között. A hozamnövekedés mértéke lassul, a jelenlegi 7710 kilóról 2035-re 0,9 százalékos évenkénti javulással – szemben az előző évtized évi 1,8 százalékos növekedésével – 8524 kilóra emelkedhet a tehenenkénti átlag tejhozam.

Mindezek hatására az uniós tejtermelés átlagosan évente 0,2 százalékkal csökkenhet 2035-ig. A fogyasztói preferenciák változása, a globális versenyképesség és a feldolgozói költségek növekedése eközben a magasabb hozzáadott értékű termékek előállítására fordítja a feldolgozóipart.

Továbbra is a sajt marad a leginkább preferált termelési opció, a korábbi évtizedhez képest kisebb mértékben, 4 százalékkal nő az előállítása, amely a savóval együtt az összes megtermelt tej 36 százalékát fogja lefedni.

A sovány tejpör termelése kis mértékben emelkedik, míg a vajgyártás stabil marad. Tovább nő a tejszín előállítása, a joghurtnál pedig megáll az elmúlt évtizedben tapasztalt visszaesés, miközben a fogyasztói tejnél még erősebben folytatódik a csökkenés.

Az egy főre jutó tejtermékfogyasztás uniós szintje a 2021–2023. években elért relatív magas szinten marad, 2035-re csupán 0,1 százalékos évenkénti mérséklődés várható. A fogyasztói tej fogyasztása tovább csökken (7,2 kilogramm/fő 2023–2035 között), míg az életmódbeli változások és az egészséggel kapcsolatos követelmények hatására az új, innovatív friss tejtermékeknel növekedés várható. A sajt fogyasztása tovább fog emelkedni, a növekedés üteme azonban az előző tíz évhez képest alacsonyabbá válik, évente 0,3 százalékos lesz. Eközben a vaj fogyasztása stabil marad, habár a verseny erősödik más zsírokkal, például az olívaolajjal szemben.

Forrás: [www.vg.hu](http://www.vg.hu)

## Összefoglaló a vidékfejlesztési intézkedések kifizetéseiről

2023. december 25.

Az Agrárközgazdasági Intézet (AKI) Pénzügyi hírlevelében adott tájékoztatást a 2023-as év vidékfejlesztési intézkedéseinek kifizetéseiről.

A 2021–2022-es átmeneti évek után 2023. január 1-jén hatályba lépett a 2023–2027-es időszakra szóló Közös Agrárpolitika. Ezzel párhuzamosan tart még a 2014–2020-as ciklus lezárása.

Agrár- és vidékfejlesztési támogatásokra 895,6 milliárd forintot fizettek ki szeptember 30-ig. A folyósított támogatási összeg 58,2 százaléka (521,3 milliárd forint) európai uniós forrásból származott, 41,8 százalékat (374,3 milliárd forint) hazai költségvetésből fizették ki.

Az agrár- és vidékfejlesztési támogatások között a Vidékfejlesztési Program kifizetései domináltak (63,6 százalék), melyek megközelítették az 570 milliárd forintot. A közvetlen támogatások a kifizetések csaknem egynegyedét (23,5 százalék) képezték, 210,4 milliárd forint kifizetésére került sor szeptember 30-ig. A nemzeti támogatásokra 98,4, a piaci és egyéb támogatásokra együttesen 17,3 milliárd forintot folyósítottak az év első kilenc hónapjában.

Az egyes ágazatok támogatottságát vizsgálva elmondható, hogy a szántóföldi növénytermesztők kapták a támogatások csaknem negyedét, míg az állattenyésztők a támogatások 17,3 százalékat használhatták fel, a kertészet részesedése pedig csupán 5,5 százalék volt.

A nemzeti agrárkár-enyhítési rendszer keretében (I. pillér) a 2022. évi időjárás okozta rendkívüli mértékű károk kompenzálására 50,6 milliárd forintot folyósítottak 2023-ban a jogosult termelők számára.

A mezőgazdaság hitelállománya 2,2 százalékkal 1047,9 milliárd forintra emelkedett az előző év azonos időszakához képest. Ezen belül a kedvezményes hitelek aránya 69,0 százalékot, a piaci hitelek részesedése pedig 31,0 százalékot tett ki 2023. szeptember 30-án.

A mezőgazdaságban tevékenykedő egyéni gazdaságok hitelállománya csökkent, 7,8 százalékkal 377,0 milliárd forintra mérséklődött. A hitelállományon belül a beruházási hitelek voltak továbbra is túlsúlyban, bár állományuk 10,6 százalékkal visszaesett. A hitelek zöme a szántóföldi növénytermesztőket finanszírozta. A mezőgazdaságban tevékenykedő egyéni vállalkozások újonnan felvett hiteleinek összege 4,3 milliárd forinttal volt kevesebb az egy évvel korábbi értékénél.

A mezőgazdasági társas vállalkozások hitelállománya 8,8 százalékkal 670,9 milliárd forintra emelkedett. A növekedés a beruházási és az éven belüli hiteleknél jelentkezett. A hitelállományból legnagyobb mértékben az állattenyésztési ágazat részesedett. A mezőgazdasági társas vállalkozások újonnan felvett hiteleinek összege 4,6 milliárd forinttal volt több az egy évvel korábbi értékénél.

A mezőgazdaság garantált hitelállománya dinamikusán nőtt. A lízingcégek szerződésszáma 21,0 százalékkal csökkent, a tőkekintlévőség összege növekedett.

Az élelmiszeripar hitelállománya a mezőgazdaságéval azonos ütemben, 2,2 százalékkal bővült, ezáltal 750,6 milliárd forintra emelkedett 2023 harmadik negyedévének végére. Az ágazat hitelállományában a kedvezményes hitelek aránya 55,1 százalékot tett ki.

Az egyéni vállalkozások hitelállománya 2,5 százalékkal volt kevesebb az előző év azonos időszaki értékénél, ezáltal 6,1 milliárd forintra csökkent, a társas vállalkozásoké 2,2 százalékkal 744,5 milliárd forintra nőtt. A mezőgazdaságban és az élelmiszeripari társas vállalkozások hitelállományában is a beruházási hitelek növekedése volt a meghatározó. A szóban forgó szegmens hitelállományának legnagyobb részét (25,6 százalékat) az ún. egyéb élelmiszeripar szakágazatban tevékenykedő vállalkozások adták, 16,4 százalékat az egyéb gyümölcs-, zöldségfeldolgozás, -tartósítással foglalkozók,

8,8 százalékát pedig a baromfihús feldolgozása szakágazatban tevékenykedők tudhatták magukénak.

Az élelmiszeripari társas vállalkozások újonnan felvett hiteleinek összege 43,5 milliárd forinttal volt kevesebb az egy évvel korábbi értéknél. Az ágazat garantált hitelállománya tovább bővült. További információk a témában a Pénzügyi Hírlevél című kiadvány 4. számában olvashatók.

Forrás: [www.nak.hu](http://www.nak.hu) / AKI

## **Nehéz évet zárnak a tejtermelők**

2023. december 28.

Takarmánygazdálkodási oldalról most sokkal jobb helyzetben vannak az állattartók, mint tavaly voltak. Azt azonban ne feledjük, hogy 2023-ban még jórészt a 2022-es termést ettük, annak a beltartalmi értékeivel és költségvonzatával. A tej árában nem sikerült érvényesíteni a magas önköltséget, és még a kereslet is visszaesett. A húsmarhatartók örülhettek a dús legelőknek, de a támogatási kérelmek nagy arányú visszautasítása és a kirótt szankciók túl sokaknak okoztak súlyos bevétel kiesést. Félő, hogy a megnövekedett adminisztrációs teher és az új támogatási rendszer hibái miatt még több kistermelő adja fel a marhatartást.

Meglehetősen keserű a szánk íze így év vége felé – osztja meg véleményét Békési Imre, a Derecske Petőfi Mg. Kft igazgatója. Tudni lehetett, hogy képtelenség egészében pótolni az olyan volumenű kiesést, amit 2022-ben elszenvedett az ágazat. A természet valamelyest pótolta önmagát, de Derecskén, és attól délre nagyon kevés csapadék esett, júliusra újra kiszűttek a legelők, egyes kultúrákat öntözni kellett. A bevételek nem a tervek szerint érkeztek. 2023 nem piros betűkkel kerül be az évkönyvekbe. Összességében elfogadhatóan alakultak a hozamok a növénytermesztésben, de az input árak közel nincsenek összhangban a felvásárlási árakkal, aki betárolt, mert biztosítani akarta az állatállomány ellátását, az jócskán ráfizetett. Úgy tűnik most az Isten is a restet segítette.

Kovács-Mesterházy Zoltán, a Magyararka Tenyésztők Egyesületének ügyvezető igazgatója elmondta, hogy a tagjaiktól kapott információk alapján a tej önköltsége 190-200 Ft/kg körül alakult. Ha összevetjük a nyerstej októberi országos termelői átlagárával, ami 157 Ft/kg (AKI adat), akkor nehéz optimistán nyilatkozni. Év elején ez a szám még 224 Ft/kg volt! Nagyon sajnálatos, hogy a megnövekedett önköltséget az állattenyésztők nem tudták érvényesíteni az átvételi árakban. Az végképp fölháborító, amikor az élelmiszer-termelőket teszik felelőssé az elszabadult infláció alakulásáért. Komoly kihívást jelent a kisebb (40-60 tehenes) tejtermelőknek, hogy a megtermelt tejet egyáltalán el tudják adni. Sajnos volt olyan, meghatározó tenyészet az Egyesületnek, amely kénytelen volt a termelését megszüntetni, de szerencsére a tenyészállatokat sikerült „átmenteni” más tenyészetbe. A húshasznosítású magyararka tenyészetek zárási eredményei, kellemes meglepetést okoztak, ugyanis 10 kg-mal nőtt a 205 napra korrigált választási testtömeg (270 kg).

Idén az időjárás kedvezőbb volt, de most ettük fel a drágán megtermelt tömegtakarmányokat és vásárolt abrakot - nyilatkozta lapunknak Komlósi Balázs a Solum Zrt állattenyésztési igazgatója. A tej önköltségének 60-65%-át a takarmányköltség teszi ki, és a többi költség is magas szinten ragadt, míg az idején tej átvételi ár biztosan nem fogja megütni a tavalyi szintet. Jövedelmezőség szempontjából a 2023-as év gyengébb lesz a 2022-esnél. Ezt azzal próbálták ellensúlyozni, hogy a tartástechnológiát és a termelési feltételeket modernizálják. A nehézségek ellenére 2023 is eredményes évük lesz, a megkezdett beruházásokat be tudták fejezni.

A megtermelt nyerstej mintegy 12-15%-át exportáljuk, miközben sajtból, vajból és joghurtból jelentős az importunk, rendkívül kitétek vagyunk az európai, illetve globális piacnak - hívta fel a figyelmet Harcz Zoltán, a Tej Terméktanács és Szakmaközi Szervezet igazgatója. Tény, hogy a hazai tejtermelés az uniós termelésnek mindösszesen csak 1-1,5%-át adja, ezért is van

az, hogy egy csupán 1-2%-os európai tejhiány (vagy tejfölhiány) alapvetően meg tudja határozni a magyarországi piaci viszonyokat. Idén az európai piacon kialakult egy jelentősebb tejfelesleg, ami kínálati piaci viszonyokat teremtett. A magas fogyasztói árak jelentős fogyasztás visszaesést és fogyasztási struktúra változást okoztak Európa szerte. A hazai tejfelvásárlásban a tavalyi több mint 2%-os csökkenést idén már a 4%-ot is meghaladó visszaesés követi. A telepbezárások egyre növekvő száma és a tejelő állomány csökkenése egyaránt rendkívül ijesztő tendenciákat mutat.

A szakmaközi szervezet igazgatója kiemelte, hogy a nyerstejárok ingadozása is extrém volt 2023-ban, különösen annak tükrében, hogy 2017-2021 között stabil volt a tejpiacon. A 2022 nyarán mért 171 Ft/kg-os ár 2023 januárja 223 Ft-ra nőtt, majd augusztusra 151 Ft-ra esett vissza. Az elmúlt egy évben a külföldi eredetű olasz tejek spot ára járt 69 EUR /kg felett, de 40 EUR/100kg alatt is. 11%-kal esett eddig a túró, 7 %-kal a trappista és 10%-kal a tejföl eladás. Eközben, 11%-kal nőtt a sajtimportunk, míg a dobozostej behozatalunk 55%-kal (ez utóbbi alacsony bázisról indult). Csökkentek a tejtermékek feldolgozói átlagárak: a trappista sajt nálunk például egy év alatt 28, a tejfölnél 7, a vajnál 22, míg a túrónál 6%-ot esett vissza az ár. Az árak csökkenéséhez természetesen a fogyasztás (kereslet) visszaesése is hozzájárul. Az is rendkívüli, hogy az élelmiszerek kiskereskedelmi értékesítésének volumen indexei lassan másfél éve folyamatosan csökkennek - tájékoztató Hargitai Zoltán.

Sok termelőn segítette, hogy a tavalyi átmeneti nemzeti tejtámogatást (ÁNT) a szakmaközi szervezet kérésének engedve, szeptemberben kifizették. A hatékonyan működő, a méretgazdaságosság lehetőségeit kihasználni képes tejtermelő gazdaságok fejlesztését tovább kell ösztönözni, hiszen ezek megfelelő mennyiségű, állandó és jó minőségű alapanyaggal tudják ellátni a nyerstej csaknem háromnegyed részét feldolgozó hazai nagyvállalatokat.

Óriási erőfeszítést és anyagi áldozatot követelt a tejtermelés ellenőrzésben, laktációs számításban érintett tenyésztőszervezeteknek az az informatikai üzemeltető váltás, amit 2022 év elején, szinte egyik napról a másikra hajtott végre a Nébih. Emiatt több mint másfél évig nem lehetett a hazai tejtermelő tehén populáció adataira alapozva tenyésztésként becsülni és laktációs eredményeket számolni. Ez jelentős anyagi- és presztízs-vesztést okozott a magyarországi tejtermelőknek.

A Magyar Állattenyésztők Szövetsége a Nébih új elnökével már elkezdte az egyeztetéseket annak érdekében, hogy az ENAR rendszer fejlesztésével, a szakigazgatással és hatósági jogkörökkel kapcsolatos fejlesztési, átszervezési munkáknál figyelembe tudják venni a tenyésztőszervezetek javaslatait.

Forrás: [www.allattenyesztok.hu](http://www.allattenyesztok.hu)

## **Generációváltás: magasabb a profithányad, ha családtag ül a menedzsmentben**

2023. december 29.

A FINO-FOOD Kft. neve elsőre keveseknek ismerős, de a Magyar és Finom, a Hazai és Finom, valamint a Vegajó márkanevek talán már igen. Közös bennük, hogy mind a kaposvári cég termékei, amely 30 év alatt a magyar tejipar egyik jelentős szereplőjévé nőtte ki magát. Ebben jelentős szerepe volt annak is, hogy az alapító sikeresen tudta átadni a vállalat vezetését három gyerekének, akik közül többen is ígéretes nemzetközi karriert hagytak ott a családi vállalkozás kedvéért.

A cégtörténet több százezer forint újrakezdési kölcsön felvételével indult, Egyed László ekkor még adótanácsadóként segítette a dolgozói kollektívát a cégtulajdon és a menedzsment kivásárlásában. De ők sajnos nem tudták eredményesen működtetni az egykori Tolna Megyei Tejipari Vállalat tamási üzemét, ezért a pénzügyi garanciát vállaló adótanácsadó cégnek kellett nevére vennie a hitelt, és kifizetnie a bankot. Ezzel indult 1993-ban a FINO-FOOD Kft.,



amelyhez később csatlakoztak más mezőgazdasági társaságok is, miután híre ment, hogy segíteni tudnak a nehézségekkel küszködő vállalkozásoknak, hajlandóak finanszírozni és kockáztatni.

A menedzsmentet átalakították, a tulajdonosok számát minimálisra csökkentették, így lett az 1993-as 515 millió forintos árbevételből 2006-ra 1,6 milliárd, a feldolgozott tej mennyisége pedig 9,6 millió literről közel 16 millióra nőtt. Mára pedig már a 20 milliárdot is elérte a forgalom, a feldolgozott tej pedig a 55 millió litert.

Az idén 30. születésnapját ünneplő cég fejlődésében mérföldkő volt az egyik nagy versenytárs felszámolása, ami lehetőséget nyújtott a piacszerzésre és a partnerek számának növelésére. A bedőlő cég pécsi üzemének bezárásával egy nagyobb tejtermelő bázis csatlakozott a FINO-hoz. Akkoriban a piac szerkezete is máshogyan nézett ki, nem voltak diszkontok, eltérő értékesítési csatornákon zajlott a kereskedelem, a vevők zöme nagykereskedő volt, akik igényeit kis cégeként rugalmasan ki tudták elégíteni. A kiskereskedelmi láncok megjelenésénél sikerült már a piacrálépésnél bekerülni az egyik ismert diszkontlánc beszállítói körébe, ahol a mai napig megtalálhatók a cég termékei saját márkás termékként.

De kaphatók a cég termékei az Auchanban, a Lidlben, a Metróban, a Pennyben, a Sparban és a Tescóban is, a kisboltokat pedig továbbra is nagykereskedéseken keresztül érik el.

Kezdetben a sajtermelésen volt a fókusz, a prémium szegmensben is voltak próbálkozások, nem is sikertelenül, de ebben a kategóriában jóval kisebb a kereslet.

„Ma Magyarországon a lakosság 1,2 féle sajtot fogyaszt, ebből az egy egész a trappista, a maradék 0,2 az összes többi, piacon jelenlévő más típusú sajt” – mondta el a Portfoliónak Szommerné Egyed Linda, a FINO-FOOD Kft. ügyvezetője.

A behatárolt lehetőségek miatt ezért inkább a kiszerelésben újítottak. Egy hollandiai út alkalmával találkoztak először a 300 grammos, elsősorban a turisták számára készült ajándék vagy kóstoló kiszereléssel, ami ismeretlen volt a másfél kilós gurigákhoz szokott magyar piacon. Ez a kisebb kiszerelés aztán olyannyira sikeressé vált, hogy ma már számos gyártónak van ilyen terméke, már csak azért is, mert a kisebb porciót jóval nagyobb haszonkulccsal lehet értékesíteni.

2016-tól vegán termékekkel is elkezdtek foglalkozni, akkor még mint a tejipart fenyegető egyik potenciális kihívással. Ma már ez lett az egyik legnagyobb növekedési potenciállal bíró termékkör, amelyet a megfelelő minőségbiztosítási követelmények mellett tudnak gyártani, miközben a nagyobb piaci szereplők nem tudják rentábilisan kiszolgálni a széleskörű, ugyanakkor egyelőre nagyüzemi szempontból kis mértékű piaci igényeket.

Három testvér, három szegmens

Egyed Linda mellett két testvére is a cégnél dolgozik: Krisztina a pénzügyi területért felel, Barna pedig a növénytermesztési és az állattenyésztési ágazatot vezeti, amelynek köszönhetően létrejöhett a vertikális integráció: a takarmány megtermelésétől az állattartáson át a tej feldolgozásáig, minden a cégcsoporton belül történik, ami nagyobb rugalmasságot és biztonságot ad a vállalkozásnak. Linda férje, Szommer Gábor a cég értékesítési és beszerzési igazgatója, Barna felesége, Lewandowski Havaska pedig a HR területet vezeti.

Nem akartam a gyerekeimet érdemben befolyásolni – mondta Egyed László, de ennek ellenére sikerült a generációváltást úgy megoldani, hogy mindhárman a családi vállalkozásban kötöttek ki, esetenként elismert cégeket és nemzetközi karriert feladva.

Egyed Linda szerint valóban nagy szerepe volt annak, hogy nem éreztek direkt pressziót, hogy a családi cégben kell dolgozni, inkább építkezési és fejlődési lehetőséget láttak ebben. „Lehetőséget kaptunk a kibontakozásra, az elején a marketingbe és a csomagolásfejlesztésekbe is bekapcsolódtam, aztán ahogy nőtt a cég, mindenki megtalálta a saját területét, nálam maradt a gazdasági terület” – mondta Egyed Krisztina.

Már 2012-ben elkezdtek azokat a feszültségeket elrendezni, amelyek érezhetőek voltak a rendszerben, hogy úgy tudják tovább vinni a vállalkozást, hogy a családi béke mellett a cég

eredményessége is megmaradjon. „A mai ideális állapot egy folyamatos tudatos munka eredménye, ami azóta is tart. Ha nem is napi, de heti szinten foglalkozni kell ezzel. Ápolni és formálni kell egy közös értékrendet, amit majd a 3. generáció is magáévá tesz, ugyanis hat unoka van, akik, ha csak tulajdonosként, de idővel részeseivé válnak a családi vállalkozásnak” – tette hozzá Egyed Linda.

A sikeres átmenethez ugyanakkor külső tanácsadó segítségére is szükség volt. „Kerestünk a generációváltás területén jártas menedzsment tanácsadókat, akik nem csak a gazdasági átvilágításban gyakorlottak, hanem az ehhez szükséges készségfejlesztésben, érzékenyítésben is, ami az ilyen családi viszonyok rendezéséhez kell” – mondta Egyed Barna.

A közös munka kapcsán az egyik legfontosabb tapasztalat az volt, hogy a családi vállalkozáson belül is külön kell kezelni a tulajdonosi, az üzleti és a családi kérdéseket. Ezek egymástól való elválasztása alapvető kiindulási pont.

Az is sokat segített az átadási folyamatokban, hogy a FINO belépett a Family Business Network International magyarországi hálózatába (FBN), amely a felelős magyar családi vállalkozásokat tömöríti, közel 90 taggal, akik megosztják egymással tapasztalataikat.

Itt az egyik fontos tapasztalat az volt, hogy ahhoz, hogy a családi vállalkozást át lehessen öröközni generációkon át, fontos, hogy legyen egy családi alkotmány, amit az első és második generáció hoz létre, megfogalmazva azokat az értékeket és irányokat, amelyek mentén a cég működését elképzelik, és amit aztán a következő generációk hüvelykujj-szabályként alkalmazhatnak, bárhol is változik a cég menedzsmentje a jövőben.

Banki oldalról nézve az a legszerencsésebb helyzet, ami az Egyed családnál történik. Ha olyan csillagzat áll együtt, hogy a stafétabotot át lehet adni, mert a család elkötelezett, és szakértelem is járul hozzá, akkor az a legbiztosabb garancia arra, hogy a kihelyezett hitelt visszafizetik – mondta Boros Zoltán, az MBH Bank Agrár- és Élelmiszeripari Üzletágának nagyvállalatokért felelős igazgatója, aki szerint az elmúlt évek tapasztalataiból is az látszik, hogy egy külső menedzsment átlagosan valamivel kisebb profithányadot ér el, mintha a család tagjai ülnének a vezetői pozíciókban. A külső menedzsment bevonása akkor működik a legjobban, ha exitről van szó, tehát örökös vagy érdeklődés hiányában értékesítik a céget.

A családon belüli öröklésnél ugyanakkor számos buktató is akad Boros Zoltán szerint, amelyekből vannak tipikusan előforduló esetek.

- Az egyik ilyen, amikor az első generációs alapító nem tudja elengedni a stafétát. Hiába történik meg a generációváltás, úgy érzi, hogyha nem oda kerül valami, ahova ő gondolja, összeomlik a vállalat, ezért folyamatosan informálódik, és akár a napi működési szinten beleszól a cégvezetésbe, és kritizálja, felülbírálja a következő generációt, amelynek egy idő után így elmegy a kedve a közös munkától.
- A másik a családtagok közötti kulturális háttér szabályozásának, az úgynevezett családi alkotmány megfogalmazásának hiánya, amely lefekteti a konfliktuskezelés és a belső kommunikáció alapjait.
- A harmadik pedig amikor megpróbálják vegyíteni a két modellt, vagyis behozzák a cégvezetésbe a második generációt, de a szakmai háttér hiánya miatt, vagy más egyéb okból egy külsős ügyvezetőt is, ami csak nagyon ritka esetekben tud tartósan sikeresen működni. A kölcsönös meg nem értés szinte borítékolható, ami aztán elmélyülő konfliktushoz, végül jellemzően a külsős ügyvezető távozásához vezet.

Ahol családon belül sikerült a generációváltás, ott nem arról van szó, hogy mindenki elképzelése megegyezett, hanem arról, hogy kezelni tudták az érzelmi válságokat, konfliktusokat. „Az FBN-nél azt szoktuk mondani, hogy apát és gyereket a kollégák előtt nem nevelünk. A konfliktusokat meg kell beszélni, de megfelelő mederbe terelve. Ha a kollégák előtt zajlik a csetepaté, az rossz minta, ami negatívan befolyásolja a belső működést” – számolt be a tapasztalatokról Egyed Barna. Ugyanakkor nagy előnynek tartják a jól működő családi vállalkozásoknál, hogy a tulajdonosi és a menedzsment pozíció átfedése miatt sokkal

gyorsabban képesek döntést hozni, leülnek egy asztalhoz 3-4-en, megtárgyalják a kérdést, és úgy tudnak felállni fél óra múlva, hogy megszületett egy konkrét döntés.

Nem kell továbbküldeni még jóváhagyásra, és megvárni, amíg rábólintanak, sokkal gyorsabbá tud válni a működés, ami nagy versenyelőny lehet, a FINO esetében például egy külföldről irányított magyarországi tejipari leányvállalathoz képest.

A külső segítség igénybevételenél opció lehet pszichológus szakértő bevonása is, a FINO-nál mediációval, illetve pszichodrárával foglalkozó coach-ot is igénybe vettek, aki segített felszínre hozni azokat a ki nem beszélt sérelmeket, amelyek akadályt jelentettek a konfliktusok rendezése során. Az pedig, hogy a cégcsoport kellően szerteágazó, lehetőséget is ad arra, hogy a testvérek ne legyenek túlságosan egymás útjában, le vannak osztva a cégen belüli feladatok, van tér alkotni, kipróbálni dolgokat, önmegvalósítani, anélkül, hogy a különböző elképzelések ellehetetlenítenék egymást.

Forrás: [www.portfolio.hu](http://www.portfolio.hu)

## **Folytatódik a tejágazat Közösségi Marketing Alapjának működése**

2024. január 2.

Az egészség megőrzéséhez az egészséges táplálkozáson keresztül vezet az út, ezért az Agrárminisztérium továbbra is minden eszközzel támogatja a tejfogyasztás népszerűsítését. Ennek érdekében a tárca további három évre fenntartja a Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanácsnál működő Közösségi Marketing Alapba történő, ágazati szereplők általi befizetés kötelezettségét - közölte az Agrárminisztérium (AM) kedden az MTI-vel.

A közlemény szerint az egyik legtáplálódóbb étel a tej, ami nemcsak finom, de egészséges is, tele van értékes fehérjékkel, vitaminokkal és ásványi anyagokkal. Az agrártárca éppen ezért elkötelezett a tejfogyasztás ösztönzése mellett. "Értékelve a tejszektor közösségi marketingtevékenységének eddigi eredményeit és támogatva a szakmaközi szervezeti ágazati önszabályozásokat, egy AM rendelt révén további három évre fenntartjuk a marketing alapba történő, ágazati szereplők általi befizetés kötelezettségét" - írták.

A tejágazati marketing alap célja a fogyasztók több, gyakoribb és tudatosabb tej- és tejtermékfogyasztásra való ösztönzése, a gyermekek, valamint a fiatalok tej- és tejtermékfogyasztásra motiváló nevelésének támogatása. A forrásoknak köszönhetően lehetőség nyílik a segítségnyújtásra is az egészségtudatos táplálkozás kialakításában a tej és tejtermékek fogyasztásának megszerettetésével, illetve a tejtermékek sokféleségének és egészséges táplálkozásban betöltött szerepének bemutatásával - áll a közleményben.

A marketing alapba való befizetés összegét a megjelent rendelet szabályozza. Ennek mértéke a Magyarország területén működő tejfeldolgozó, valamint nagykereskedelemmel vagy kiskereskedelemmel foglalkozó tejágazati szereplő tej- és tejtermék-forgalmazásából származó, tárgyévét megelőző naptári évben keletkezett nettó árbevételének fél ezreléke - közölte az AM.

Forrás: [www.profitline.hu](http://www.profitline.hu)

## **A bajor gazdáknak a tejnél jobban fizet a nyereg, de mit szólnak hozzá a fogyasztók?**

2024. január 3.

A lovagoltatás kevesebb munkával több jövedelmet hoz.

Az agrarheute.com hírportál érdekes fejtegetést közöl a tejhasznú szarvasmarha tartás, illetve a sportló tartás kialakulóban lévő, németországi versenyéről.

Hivatalos adatok alapján megállapítható, hogy Bajorszáiban a legutóbbi időben a számos állat tartásában egy új trend van kialakulóban, nevezetesen egyre több tejtermelő gazda felhagy a termeléssel, és lótarásra vált át, ami több okra vezethető vissza.

Az ok egyrészt az, hogy a kötetlen tartás kötelezővé tétele többletmunkát jelent a gazdák számára, amit főleg a kistermelők nehezen tudnak megoldani, másrészt az egyre csökkenő tejfelvásárlási árak sok helyütt alig fedezik a termelési költségeket.

Ugyanakkor a tartományban jelenleg 140.000 lovat tartanak, a lovagoltatás pedig kevesebb munkával több jövedelmet hoz. Az átállás az értéktermelés szempontjából értelmetlennek tűnhet, de az ország tejtermék ellátása maximálisan biztosítva van.

Emellett, a nyers tej és a tejtermékek árát gyakorlatilag csak korlátozott mértékben lehet emelni, a lovaglás viszont főleg a gazdagabb rétegek sportja, akik szívesen megfizetik a magasabb díjakat is. A Bajor Rádió a közelmúltban meglátogatott két korábbi tejtermelő gazdát, akik lovagoltatásra rendezkedtek be, és az eredménnyel nagyon meg vannak elégedve.

Forrás: [www.agroinform.hu](http://www.agroinform.hu)

## **A Terméktanács örül a hosszabbításnak**

2024. január 3.

A Tej Szakmaközi Szervezet és Terméktanács üdvözli, hogy az Agrárminisztérium (AM) újabb három évre kiterjesztette a tejpiazi szereplőkre Közösségi Marketing Alapjának fenntartási kötelezettségét - közölte szerdán az MTI-vel a szakmai szervezet.

Az AM kedden közölte, hogy megjelent a marketingalapba való befizetés összegét szabályozó rendelet. Ennek értelmében a tejfeldolgozók, valamint a nagykereskedelemmel vagy kiskereskedelemmel foglalkozó tejágazati szereplők tej- és tejtermék-forgalmazásából származó, tárgyévét megelőző naptári évben keletkezett nettó árbevételük fél százalékát fizetik be az alapba.

A terméktanács közleményében felhívja a figyelmet arra: a marketing-hozzájárulás megfizetése helyett a szakmaközi szervezet védjegycsaládjának jogszerű használata (és a védjegyhasználati díj megfizetése) is választható.

Hangsúlyozzák, hogy a befizetési kötelezettség a szakmaközi szervezet tagjaira és az ágazat más szereplőire egyaránt vonatkozik. Ugyanakkor a befizetésből működő marketingalap egységesen, nem márkaszpecifikusan finanszíroz közösségi marketingakciókat valamennyi tejre és tejtermékre kiterjedően.

A Közösségi Marketing Alapba történő befizetéssel kapcsolatos bővebb információ és a további tudnivalók megtalálhatók a [www.tejtermek.hu](http://www.tejtermek.hu) és a [www.tejsziv.hu](http://www.tejsziv.hu) oldalon - áll a közleményben.

Forrás: [www.profitline.hu](http://www.profitline.hu)

## **Magyar ízlésre hangolva**

2024. január 8.

A 90 éves tejtermékgyártó Lactalis nem csak minőségi import termékei révén régi jó ismerős a magyar konyhákban: tiszafüredi gyárukban a vásárlók körében népszerű kiskereskedelmi élelmiszerláncok számára gyártanak kiváló saját márkás termékeket, így is hozzájárulva a mindennapi tápláló tejtermékfogyasztáshoz.

Sajt, tejföl és túró – nem túlzás azt mondani, hogy nélkülözhetetlen alapanyagok a magyar ételek kulináris világában, receptjeiben. Ha a sajtokat nézzük, örök favorit hazánkban a trappista, ám versenyben van vele a francia eredetű camembert is, ha nem is pontosan úgy,

ahogy azt eredetileg „kitalálták”! Franciaországban 300-nál is több sajttípus létezik, ezek közé tartoznak a fehérpenészes lágysajtok, mint a brie és a camembert: előbbi 200 grammtól 3 kilogrammos kiszerelésig kapható, utóbbi átlag mérete pedig 250 g. Az ízesített és kisebb, 120-125 grammos kiszerelésű fehérpenészes lágysajtok viszont teljesen ismeretlenek a francia vásárlók számára, ezzel szemben a magyarok kifejezetten ezt keresik az áruházak polcain. „A *Président* camembert sajtot 2004 óta kóstolhatja itthon a magyar vásárló. Érdekessége, hogy a közép-európaiak ízlésére fejlesztették ki, hiszen ebben a régióban az emberek szeretik az intenzív íz kombinációkat. Nem meglepő talán, hogy a natúr után a fokhagymás a legnépszerűbb választás a hazai piacon, de van zöld és cayenne borsos, vagy zöldfűszeres ízesítésű termékünk is” – magyarázza Tóth-Zsiga Bence, a Lactalis Hungária Kft. ügyvezetője.

Lactalis: 90 éve minden a camembert-rel kezdődött

Amikor André Besnier 1933-ban elindította kis családi vállalkozását, ahol kézi gyártással camembert sajtot készített, maga sem gondolta volna, hogy a világ jelenleg legnagyobb tejipari vállalatának alapjait rakja le. A Lactalis 2023 őszén 90 éves lett, a még ma is családi tulajdonban lévő cégcsoportot az alapító unokája vezeti. A vállalat magyarországi jelenléte 2004-ben indult, először csak néhány fős kereskedelmi képviseletként, az ikonikus *Président* forgalmazásával, amely gyorsan népszerűvé vált a vásárlók körében. Három évvel később, 2007-ben aztán megalakult a Lactalis magyar leányvállalata, mely azóta is folyamatosan bővíti jelenlétét a *Président*, *Galbani*, *Leerdammer* és *Parmalat* márkákkal. A hazai tevékenység 2015-ben a Kuntej Zrt. felvásárlásával helyi gyártással bővült. A tiszafüredi üzemből *Parmalat* termékeket, valamint saját márkás tejfölt, kefirt, joghurtot gyártanak beszállítóként kiskereskedelmi élelmiszerláncok számára.

Ha túró, akkor csak a rögös!

A folyamatos fejlesztések eredményeképpen a Lactalis jelenleg az egyik legnagyobb túrógyártó vállalat a hazai piacon, mely hagyományos eljárással készült, immár Európai Unió oltalom alatt álló rögös túró kínál a tradicionális termékeket kedvelő vásárlóinak. „A magyarországi küldetésünk kettős: a magas hozzáadott értékű import termékeink forgalmazásával a tejtermék, azon belül a sajt fogyasztási kultúrát fejlesztjük, míg a helyi termeléssel a hagyományos technológiával, receptúrával előállított termékkörök megerősítésén dolgozunk” – fűzi hozzá Tóth-Zsiga Bence ügyvezető.

Forrás: [www.24.hu](http://www.24.hu)

*A piaci hírek adott hónapon belüli esetleges változásainak pontosabb követhetősége érdekében a sajtócikkek megjelenési sorrendben kerülnek feltüntetésre.*