



Élelmiszeripar a fogyasztók egészségéért - tegyünk együtt érte!

**KÉRDŐÍV AZ ÉFOSZ NÉPEGÉSZSÉGÜGYI CÉLÚ KEZDEMÉNYEZÉSÉHEZ
CSATLAKOZOTT VÁLLALKOZÁSOK RÉSZÉRE**

- 1. Kérjük, ismertesse a vállaláshoz köthető azon eredményeket, amelyek az elmúlt évi beszámoló óta történtek! (ld. a számszerűsíthető adatokra vonatkozó lenti kérdéseket) – Tételesen alább kifejtve.**
- 2. Mennyire hatott ösztönzőleg a vállalat termékfejlesztési tevékenységére a kezdeményezéshez való csatlakozás? Változott-e a termék-fejlesztési filozófia? Fokozottabban érvényesítjük azt a szempontot, hogy a hozzáadott só és cukor mennyisége a lehető legkevesebb legyen az új receptúrákban.**
- 3. Tettek-e új vállalást az előző évi beszámoló elkészítése óta? Kérjük írja le röviden, hogy milyen termékre/termékkategóriára tett új vállalást! Mi motiválta az új vállalás megtételét?-
*Ez évben cégük új vállalást nem tett. Vállaláson kívül csökkentette az E-mentes Univer Ketchup cukortartalmát 8%-al.***
- 4. Kérjük, adjon leírást arról, hogy a következő évben a vállalat miként tervezi folytatni a vállalásban megfogalmazott célok elérését – Tételesen alább kifejtve.**
- 5. Hogyan értékelné a kezdeményezés eddigi eredményeit a saját vállalkozása szempontjából? Hasznosnak találták a csatlakozást? Miként látja a kezdeményezés jövőjét? Van-e javaslata arra vonatkozóan, hogy miként lehetne bővíteni vagy továbbfejleszteni a kezdeményezést?
*A kezdeményezés PR szempontból vitathatatlanul hasznos.***



Kérdések a számszerűsíthető beszámolókhöz*

Kérjük az alábbiak szerint, adott esetben a lehetőségek közül választva, adja meg a vállalat számszerűsíthető eredményeit:

Só: *A vállalásunk a korábbi években teljesült. Az elmúlt évhez képes változás nem történt.*

a) Az érintett termék(ek) típusa

* A kérdések közül csak azokra szükséges válaszolni, amelyet az adott vállalkozás saját vállalásai összefüggésében relevánsnak tart



- b) Az érintett termék / termékkategória gyártásakor felhasznált só mennyiségének csökkenése a fejlesztést megelőző évi (kiinduláskori referencia évi) mennyiséghez képest (tonna, százalék).
- c) A kész termék / termékkategória mennyivel kevesebb sót tartalmaz százalékban kizserelésenként, javasolt fogyasztási mennyiségként
- d) Tervek (új termékek bevonása a csökkentésbe, új kapcsolódó célok)

Telített zsír: *Ilyen vállalásunk nem volt.*

- a) Az érintett termék típusa
- b) Az érintett termék/ termékkategória gyártásakor felhasznált telített zsír mennyiségének csökkenése a fejlesztést megelőző évi (kiinduláskori referencia évi) mennyiséghez képest (összesen mennyivel
- c) kevesebb telített zsír került felhasználásra (tonna, százalék)
- d) A késztermék/ termékkategória mennyivel kevesebb telített zsírt tartalmaz százalékban, kizserelésenként, javasolt fogyasztási mennyiségként
- e) Tervek (új termékek bevonása a csökkentésbe, új kapcsolódó célok)

Transzzsír: *Ilyen vállalásunk nem volt.*

- a) Az érintett termék(ek) típusa
- b) Az érintett termék/termékkategória gyártásakor felhasznált/keletkezett részlegesen hidrogénezett növényi olajból származó transzzsírok mennyiségének csökkenése a fejlesztést megelőző évi (kiinduláskori referencia évi) mennyiséghez képest (összesen mennyivel kevesebb transzzsír került felhasználásra (tonna, százalék)
- c) A kész termék mennyivel kevesebb transzzsírt tartalmaz százalékban, kizserelésenként, javasolt fogyasztási mennyiségként
- d) Tervek (új termékek bevonása a csökkentésbe, új kapcsolódó célok)

Cukor: *Ilyen vállalásunk nem volt.*

- a) Az érintett termék(ek) típusa
- b) Milyen változtatásokkal, vagy módszerrel érte el a cukorcsökkentést (lehet mennyiség, százalék, vonatkozhat a legyártott termékmennyiségre, vagy kizserelésre, javasolt adagra)?
- c) A vállalat által előállított, a vállalás szerint lecsökkentett hozzáadott cukor-tartalmú termékek aránya a termék/termékkategória mixben.
- d) Tervek (új termékek bevonása a csökkentésbe, új kapcsolódó célok)

Kalória:



- a) Milyen változtatásokkal, vagy módszerrel érte el a kalóriacsökkentést (lehet mennyiség, százalék, vonatkozhat a legyártott termékmennyiségre, vagy kiszérelésre, javasolt adagra)?

Vállalás: *Diabetikus lekvár termék családunkat 2 éven belül a piacon lévő 2 íz mellett 2 újabb ízzel bővítjük.*

Teljesülés: *A diabetikus lekvár termék családunk 2016 második felében kettő új ízzel, az energia csökkentett őszibarack és az energia csökkentett meggy lekvárral bővült.*

- b) Edukációs tevékenység/ fogyasztói tájékoztatás kapcsolódott-e a vállalás szerinti kalória csökkentéshez? *Edukációs tevékenység és fogyasztói tájékoztatás nem kapcsolódott a vállalás szerinti kalória csökkentéshez.*
- c) A vállalat által előállított, a vállalás szerint lecsökkentett csökkentett energia-tartalmú termékek aránya a termék/termékkategória mixben.
A 2017-es teljes üzleti év után értékeljük.
- d) Tervek (új termékek bevonása a csökkentésbe, új kapcsolódó célok)-

Referencia beviteli érték: *Ilyen vállalásunk nem volt.*

- a) A vállalat által előállított termékek hány százalékán szerepel ez a jelölés a termékek fajtáit és mennyiségét tekintve? Amennyiben a terméktől elkülönítve, pl. online felületen adják meg, úgy kérjük, erre is térjen ki.
- b) Növekedett-e ez a szám az előző évhez képest
- c) Tervek (új termékek bevonása az önkéntes jelölésbe, új kapcsolódó célok, edukációs tervek stb.)

Aktív életmód:

- a) Kérjük számoljon be a vállaláshoz köthető végzett tevékenységekről

1.Vállalás: *Az Univer 3 éven át évi 5 millió Ft-ot fordít tömegsport rendezvény („Univer24”úszó rendezvény) megszervezésére és támogatására.*

1.Teljesülés: *Az Univer Product Zrt. névadó szponzorként és aktív rendezőként 2017-ben immár harmadszor rendezte meg az „Univer24 - Az úszás ünnepe” rendezvényt, melyen amatőr úszók ezrei úsztak a Kecskeméti Fürdő versenyszodájában 24 órán keresztül profi sportolókkal, példaképekkel. A rendezvény büdzséje 2017-ben 8,5 millió Ft + ÁFA volt. A 2016-os Univer24-hez hasonlóan a rendezvény díszvendége volt többek között Hosszú Katinka, háromszoros olimpiai bajnok, világ- és Európa-bajnok, világcsúcstartó úszó, valamint több vízilabdázó olimpiai és világbajnok. 2017-ben elfogadta a rendezők meghívását Dr. Bienert Gusztáv a Magyar Úszó Szövetség elnöke is, aki Hosszú Katinkának az Univer24 megnyitóján adta át a Ríói Olimpián elért világcsúcsát igazoló oklevelet.*

2. Vállalás: *Univer Tv-reklámjaink végére az aktív, sportos /testmozgásban gazdag életmódot népszerűsítő üzenetet helyezünk el 3 éven át 2015-től kezdve.*



2. Teljesülés: *Az Univer 2016-ban sugárzott ketchup reklámkampányában a korábbi évhez hasonlóan a film végén a következő üzenetet helyezte el: „Az étel mellett a mozgás is legyen természetes”. A film megtekinthető a köv. linken: <https://www.youtube.com/watch?v=x8WaL3YSK4>*

- b) Az általuk megmozgatott/aktívabbá tett csoportok létszámáról (valamint a becslés/számszerűsítés módjáról)

A 2017-es évben mintegy 2500 úszót mozgatott meg az Univer24 rendezvény, melyen az úszókat a rendezők a nevezéskor, valamint a helyszínen a medencébe ugrás előtt megszámozták.

- c) Azok egyéb közvetlen és közvetett hatásáról (mutassa be, miként járultak hozzá tevékenységei az aktív életmód népszerűsítéséhez), ha van, helyi jelentőségéről;

*Az **Univer24** mindössze három év alatt Kecskemét egyik legnagyobb tömegsport rendezvényévé vált, beleértve az összehasonlításba a sokkal mérsékeltebb épület és eszközigényű futó rendezvényeket is. A számok magukért beszélnek: úszó és vízilabdázó olimpikon példaképek, 5 fő 24 órát leúszó professzionális úszó, 11 db éjszakai 12 órás váltócsapat, 8 amatőr civil csapat, valamint Kecskemétről és környékéről 26 általános és középiskola csapata indult a rendezvényen. A legnagyobb létszámú iskola 256 fővel érkezett. A rendezvény hétvégéjén - 2017. február 11-12-én a tömegsportról és az úszásról szólt a város. Sok gyermek életében először látogathatott ki a Kecskeméti Fürdőbe és próbálhatta ki ingyenesen a versenymedencét; valamint kaphatott az úszó és vízilabda sporthoz inspirációt a megjelenő legendáktól és 24 órás úszóktól.*

- d) Amennyiben lehetséges, ismertesse a megmozgatott csoportok társadalmi megoszlását, illetve azt, hogy tevékenységével mely csoport(ok)ra kívánt a vállalat fókuszálni.

A megcélzott közönség elsődlegesen az általános és középiskolás gyermek korosztály, valamint családjuk volt. A gyermekek, családok részvételét az Univer ingyenes belépéssel, személyes ajándékokkal segítette (minden úszó megkapta a rendezvény pólóját, tollát és bőrre alkalmazható „tetoválás” matricáját). Az Univer az iskolák részvételét és szervező munkájuk elősegítését a szervező csapatkapitányoknak járó ételízestő ajándéksomaggal, valamint a résztvevő iskolák között - részben objektív úszó létszám, részben sorsolás útján szétosztott - mindösszesen 850.000 Ft értékű iskola alapítvány támogatási programmal segítette. Fontos célcsoportot képeztek még a civilszervezetek, önkormányzatok, közintézmények, vállalatok dolgozói, baráti társaságok amatőr úszói; valamint úszó, vízilabdázó és más sportágak egyesületeinek tagjai.

- e) Szerepel-e a tevékenység, vagy aktív életmódra ösztönző üzenet a vállalathoz köthető print vagy online kommunikációs felületen? Mekkora létszámú csoport vált elérhetővé ezek segítségével?

A rendezvény hirdetései – print és online - eljutottak minden megcélzott kecskeméti és város környéki intézményhez a rendezvényt megelőzően. Ennek elérési köre 120.000 – 150.000 fő volt. A rendezvénynek komoly, az egész országra kiterjedő,



vezető hírműsorokat és portálokat is érintő print, TV és online sajtóvisszhangja volt, mindösszesen 94 megjelenést generálva. Az úszás ünnepének weblapja: www.univer.hu/univer24

- f) Tervek (új tevékenységek, új kapcsolódó célok)

Az Univer24 évenkénti megrendezése és térbeli – más városokra történő – kiterjesztése az Univer Product Zrt. hosszútávú céljai között szerepel.

Fogyasztói edukáció: Ilyen vállalásunk nem volt.

- a) Milyen edukációs tevékenység/ fogyasztói tájékoztatás keretében ösztönözték fogyasztóikat a kiegyensúlyozott táplálkozás és egészséges életmód fontosságára? Amennyiben konkrét tápanyag-csökkentési edukációs vállalása volt, itt ismertetheti.
- b) Tervek (új edukációs vállalások a jelenlegi és új kommunikációs csatornákon)

Egyéb vállalások:

- a) Kérjük ismertesse, hogy az érintett termék gyártásakor felhasznált mennyiségének csökkenése (összesen mennyivel kevesebb került felhasználásra (tonna, százalék)

Vállalás: *Univer tubusos fűszerkeverékeink (Grill, Magyaros, Flekken) nátrium-glutamát tartalmát 2 év alatt felére csökkentjük.*

Teljesülés: *a termékek receptúra változtatása a régi receptnek megfelelő csomagolóanyag-készletek kifutásával történt meg. A flekken, magyaros, grill fűszerkeverék már a módosított receptúrával gyártódik.*

- b) A kész termék mennyivel kevesebb tartalmaz százalékban, kiszerelesenként, javasolt fogyasztási mennyiségként

*2014.08.22-2015.08.10 intervallumban felhasznált nátrium-glutamát mennyisége a **flekken fűszerkeverékben**: 213,8kg. Ez a korábbi receptúrához képest 213,8kg-mal (50%-kal) kevesebb nátrium-glutamát felhasználást jelent. 60g fűszerkeverék/tubus kiszereelés nátrium-glutamát tartalma: 6g, ez 50%-kal kevesebb, mint a csökkentés előtt. Javasolt fogyasztási mennyiség nincs megadva a csomagoláson.*

*A **magyaros fűszerkeverék** receptúra változtatására 2015.10.19-én került sor. 2015.10.19-2017.03.21 intervallumban felhasznált nátrium-glutamát mennyisége a magyaros fűszerkeverékben: 574 kg. A korábbi receptúrához képest 574kg-mal (50%-kal) kevesebb nátrium - glutamát felhasználást jelent.*

*A **grill fűszerkeverék** receptúra változtatására 2015.09.11-én került sor. 2015-09-11 – 2017-03-21 intervallumban felhasznált nátrium-glutamát mennyisége a grill fűszerkeverékben: 369 kg. A korábbi receptúrához képest ez a mennyiség 369kg-mal (50%-kal) kevesebb nátrium - glutamát felhasználást jelent.*

- c) Az átlagos fogyasztási adatokat figyelembe véve mennyivel kevesebb -t fogyasztott ezáltal a lakosság naponta, évente)



d) Tervek (új termékek bevonása a csökkentésbe, új kapcsolódó célok)

„Mentes termékek”: *Ilyen vállalásunk nem volt.*

- a) Az érintett termék(ek) típusa
- b) Milyen változtatásokkal, vagy módszerrel érte el azt, hogy a termék alkalmas legyen a célcsoportjának? (összetevők kiváltása, technológiai változtatás, stb)?
- c) A vállalat által előállított, a vállalás szerinti allergiával vagy intoleranciával rendelkező fogyasztók részére hozzáférhetővé tett termékek aránya a termék/termékkategória mixben.
- d) Tervek (új termékek bevonása a csökkentésbe, új kapcsolódó célok)

Palotás Gábor

Stratégiai és fejlesztési igazgató

Univer Product Zrt.

Kecskemét, 2017. április 7.