



SZUPER
menta
jubileumi év

10 év tesztjei

A Nébih termékteszt programjának
jubileumi összefoglalója



Mindig friss teszteredményekkel és érdekes cikkekkel várunk



Laboratórium



Infografikák

Terméklista



Kipróbáltuk

Tippek



Szupermenták



www.szupermenta.hu





Kedves Olvasó!

A Szupermenta termékteszt program fennállásának 10. évfordulója alkalmából készített jubileumi kiadványt tartja a kezében.

A Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal tesztprogramja egy jól működő, hiánypótló és elismert program, melynek fontos célja az útmutatás, valamint a szemléletformálás az élelmiszerminőség kérdéskörének előtérbe helyezésével. Különlegessége komplexitásában rejlik: a Néhiv szinte minden szakterületet lefedi, hiszen az élelmiszerektől kezdve a vetőmagokon és az állatgyógyászati termékeken át egészen a létesítményekig terjed a tesztek sora.

Az elmúlt 10 évet átölelve felidézzük a Szupermenta indulását, bemutatjuk a tesztfolyamatot, valamint a háttérben zajló szakmai munkát. Az interjúk és érdekes történetek mellett függelék is színesíti a kiadványt, melyben sorra vesszük a már tesztelt több mint 100 termékkört.

Ismerje meg közelebbről a Szupermentát!

Jó olvasást kívánok!

Dr. Nemes Imre,
a Néhiv elnöke

Szupermenta, az egyedülállóan komplex tesztprogram

**10 év, több mint 100 komplex vizsgálat, sikerek,
szakmai és kommunikációs eredmények...**

**Lássuk, miért egyedi és utánozhatatlan a Nemzeti
Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal hivatalos
terméktesztprogramja, a Szupermenta!**

Sokszínű

A Szupermenta az epres joghurtok tesztjével indult 2014 novemberében. Azóta előre meghatározott éves terv alapján – az aktualitásokat, trendeket is figyelembe véve –, különböző termékkörök vizsgálatának eredményeit tesszük közzé. A tesztek kiegészítéseként alkalmasság- és kísérleteket, felméréseket is folytatunk.

A kísérletek általában egy adott termékkörhöz kapcsolódó érdekes kérdésre épülnek.

A burgonyák esetében például kíváncsiak voltunk arra, hogy a zöldre színeződött gumó fogyasztásra alkalmas-e még, ezért szakembereink erre irányuló laboratóriumi vizsgálatokat végeztek.

Az évek alatt vizsgált termékkörökkel a termékkategóriák folyamatosan bővültek. Az élelmiszerektől indulva ma már az alkoholos italokon és vetőmagokon át egészen az állatgyógyászati termékekig terjed a „tesztalanyok” sora. Sőt, már a létesítmények esetében, mint például a kutyapanziók, is végzünk összehasonlító vizsgálatokat.

Hiteles

Az interneten böngészve több olyan weboldallal is találkozhatunk, melyek élelmiszerek tesztelésével foglalkoznak. Eredményeik azonban javarészt csak kóstoláson alapulnak, míg a Szupermenta-tesztek mögött megkérdőjelezhetetlen szakmai háttér, komplex vizsgálati rendszer áll.

Hatósági felügyelők vizsgálják, hogy a termékek megfelelnek-e az előírásoknak, és adott esetben helyszíni ellenőrzést tartanak. A Nébih laboratóriumaiban a szakemberek paraméterek széles skáláján vizsgálják a termékeket biztonsági és minőségi szempontból. A hatósági és a laboratóriumi vizsgálatok kiegészítéseként ún. kedveltségi eseményeket rendezünk, ahol szakértők és laikusok értékelik a terméke-

ket. Az összehasonlító vizsgálatok eredményeit közzétéve segítséget nyújtunk a vásárlóknak, hogy a számukra legmegfelelőbb, biztonságos és minőségi termékeket emelhessék le a polcokról.

A tesztek különlegessége, hogy olyan hibákra, hiátusokra is rávilágíthatnak, melyek később akár az egyes termékekre vonatkozó előírások kialakításában, formálásában is szerepet játszhatnak. Az ilyen releváns tapasztalatokat megosztjuk a Magyar Élelmiszerkönyv Bizottságával is.

Elismert

A program sikerességét bizonyítja, hogy szemléletformáló tevékenységének elismeréseként, és országos ismertségének köszönhetően felvételt nyert az Agrármisztérium Ágazati Értéktárába nemzeti értéként.

-2150

**kedveltségi
résztevő**

-110

**tesztelt
termékkör**

-2400

**tesztelt
termék**

-230.000

**laboratóriumi
vizsgálat**



„Az egyik kedvencem a Szupermenta...”

Dr. Felkai Beáta Olga, az Agrárminisztérium élelmiszerláncért felelős helyettes államtitkára

Vajon, hogy tartja fenn a Nébih termékteszt programja egy évtizede az érdeklődést, és milyen szerepet játszik benne a Magyar Élelmiszerkönyv? Dr. Felkai Beáta Olga helyettes államtitkárral folytatott beszélgetésünkben többek között ezekre a kérdésekre is fény derül.

A Szupermenta program a Nébih teljes szakmai tudásával a birtokában, komplex vizsgálati rendszerben végzi a terméktesztjeit. Ön, hogy látja a tesztprogram szerepét az Agrárminisztériumon és szűkebben a hivatalon belül?

Az egyik kedvencem a Szupermenta program, de azt hiszem, ezzel nem árulok el nagy titkot.

Az elmúlt években azt láttuk, hogy nagyon sok változás érte az élelmiszeripart. 2015-ben elkészítettük az Élelmiszeripari

Fejlesztési Stratégiát 5 évre előre, sőt, megkockáztattuk, hogy 2030-ig ez egy működőképes stratégia lesz. Viszont sok minden változott az elmúlt időszakban: a fogyasztói szokások egyébként is folyamatosan átalakulnak, de a közelmúlt közéleti történései is nagyban befolyásolták a vásárlói magatartást. Így rájöttünk arra, hogy inkább rövidebb léptékben érdemes előre haladni, viszont vannak olyan sarkalatos pontok, amikből nem szeretnénk engedni. Az egyik ilyen, hogy lehetőleg hazai előállítású, de mindenképpen minőségi élelmiszer kerüljön az emberek



asztalára, és a Szupermenta ebből a szempontból szerintem kimagaslóan jó kezdeményezés.

Nagyon sok olyan termékteszt van, ami mindenki számára érdekes lehet. Nekem kifejezetten tetszik a program nyitottsága: a kutyapanzióktól kezdve a cumisüvegeken át minden fogyasztói szempontból érdekes terület helyet kap. Maga a tesztprogram nagyon látványos. Kiemelném a weboldalt és a tudásmegosztó infografikákat, például a Tokaji aszú terméktesztnél készült tartalmak kifejezetten tetszettek.

A terméktesztek eredményeinek megjelenítése nagyon ösztönző és inspiráló tud lenni.

A minőség felé törekvésben, valamint a fogyasztók tudatosságának növeléséhez a Szupermenta egy kiváló eszköz. Úgy gondolom, hogy nagyon jó úton jár a program.

A Szupermenta 2022-ben nemzeti értéként sikeresen bekerült az Agrárminisztérium Ágazati Értéktárába. Ön szerint miért van létjogosultsága a programnak, mint nemzeti érték?

Az, hogy próbáljuk a vásárlókat a tudatosság felé vinni, egy abszolút elengedhetetlen dolog, és ehhez minden eszközre szükség van. Maga az a tény, hogyha az emberek vásárlás előtt vagy közben megnézik a Szupermenta weboldalán, hogy volt-e már az adott termékből teszt és annak mi lett az eredménye, úgy gondolom, jelentős értéket képvisel. Komplexen az egész Nébih tudása benne van ezekben a tesztekben. Más tesztoldalakhoz képest a kedveltségi kóstolásokon is szakemberek mondják el a pontozáshoz szükséges szempontrendszer, és stabil jogi háttér, laboratóriumi és hatósági vizsgálatok állnak a tesztek mögött. Ez egy akkora pluszt tud

hozzáadni, ami mindenképpen értéket képvisel, ezért minél több fogyasztóhoz érdemes eljuttatni az információkat.

A Szupermenta ismertségén még érdemes lenne javítani egy picit. Nagyobb, országos szintű ismertséggel az Ágazati Értéktárból akár a Magyar Értéktárba is fel tudna jutni. A jelenlegi közreműködők, érteve ez alatt magamat is, pályafutása során hungarikum már valószínűleg nem lesz, mert ahhoz sok évtizedes múltra van szükség, de hátha a mi gyermekeink már ezt is el tudják majd érni. Viszont az eggyel feljebb lépés, úgy látom, akár indokolt is lehet a program esetében.

Idén jubilál a program és töretlenül fenntartja a szakma, a sajtó és a közélet érdeklődését is. Ön szerint mi a titka?

Szerintem az, hogy a Szupermenta alkalmazkodik az étkezési változásokhoz és a környezeti kihívásokhoz, már önmagában egy nagy előny. Itt kiemelném például a fehérjeporok és a házhoz szállított vegán készítmények terméktesztjét. Ahogy említettem is korábban, a vásárlói ízlések nagyon gyorsan

változnak. Az élelmiszeripari fejlesztések kiírása során szembesültünk azzal, hogy abszolút az innováció, a digitalizáció irányába kell elmenni, mert a pár évvel ezelőtt még jónak gondolt termékírányok mára már átalakultak. Azzal, hogy a Szupermenta ezeket az igényeket ilyen gyorsan le tudja követni és naprakész tud maradni, szerintem folyamatosan fenn tudja tartani az érdeklődést. A program a folyamatos változásokra reflektál.

A Szupermenta jelentősen épít a Magyar Élelmiszerkönyv szabályaira.

Az Agrárminisztérium figyelembe veszi a terméktesztek ezen eredményeit és átfogó szakmai tapasztalatait? Milyen formában kamatoztatja az eredmények által szerzett tapasztalatokat?

A különböző termékek elemzése során előfordul, hogy a Szupermenta felhívja a Magyar Élelmiszerkönyv Szakbizottság figyelmét, ha esetleg a szabályozással gond van. Például a kaukázusi kefir is egy ilyen termékkör volt. Nekünk nagyon jó, hogy megvan az összefonódás, mert egyrészt a Magyar Élelmiszerkönyvet is erősítik ezek a dolgok, másrészt

szerintem a programnak is van egy olyan jogszabályi alapja, amire tud építeni.

Olyannal is szembesültünk már, hogy a Szupermenta részéről érkezett javaslat, hogy érdeemes lenne leszabályozni egyes termékköröket. Egy rövid ipari felmérés után azonban azt a választ kaptuk, hogy az ipar ehhez annyira nem ragaszkodik. Az Élelmiszerkönyvet néha éri az a vád, hogy nagyon lehatárol dolgokat, mert hogyha valamit ott lefektetünk, akkor csak az elvárásoknak teljesen megfelelő termék viselheti az adott megnevezést. Természetesen a felvetéseket, pontosításokat és a szabályozásra vonatkozó javaslatokat továbbra is várjuk.

A kollégáink minden esetben kivizsgálják ezeket.

Azt gondolom, a Szupermenta és a Magyar Élelmiszerkönyv egymásra épülése hasznos mind a két oldalról.

Önnek melyik volt a kedvenc terméktesztje és miért?

Alapvetően szeretem a kedveltségi vizsgálatokat. Amikor leülök és látom, hogy ott vannak a szakemberek, a gasztronómia képviselői, a gyártók és a laikusok is. A kedvencem mégis a 2018-as édes pezsgő termékteszt volt. Emlékszem, karácsony környékére esett a kedveltségi vizsgálat, ami egy nagyon jól időzített, jól szervezett és jó hangulatú rendezvény volt.

Nekem a Szupermenta



Mezőgazdasági Genetikai Erőforrások Igazgatóság (MGEI):

„Olyan területekre tudunk fókuszálni, amelyek a nagyközönség számára annyira nem voltak ismertek. Jelentős mennyiségű új információt is be tudunk gyűjteni az adott területről a tevékenységünk hatékonyabb elvégzéséhez.”



„Szaktudás, objektivitás és kommunikáció...”

Interjú **dr. Barna Saroltával**, a Nébih elnöki megbízottjával, a Szupermenta egyik alapítójával

Hogyan indult a Szupermenta program? Miben különbözik a többi terméktesztől? Milyen most a vásárlói magatartás? Az interjúban többek között ezekre a kérdésekre is fény derül.

A Szupermenta program idén tölti be a 10. életévét. Ön hogy emlékszik vissza a kezdetekre? Honnan jött az ötlet, hogy a Nébih saját terméktesztprogramot indítson?

A Nébih 2012. március 15-én alakult meg. Ezzel párhuzamosan zajlott az élelmiszerlánc-biztonsági stratégia kidolgozása, majd elfogadása is. Ettől kezdve tudatosan kerestük azokat a felületeket és lehetőségeket, amelyek tetszenek nekünk, illetve, amelyekkel kapcsolatban úgy éreztük, hogy

a hivatal és az itt lévő szakemberek is bele tudnak kapcsolódni.

Akkoriban az online hírportálokon már megjelentek a különböző kedveltségi vizsgálatok, terméktesztek és nagyon nagy volt az olvasottságuk. Láttuk, hogy mi a kóstolások mögé – a vásárlók számára is fontos – szakmai tartalmat is tudnánk tenni, hogy az ne csak „laikus kóstolgatás” legyen.

Ehhez kapcsolódott, hogy abban az időben főállatorvosi szinten is keresték az újszerű projektötleleteket, amelyek láttathatják a hiva-

talt. Az igazgatóságon, ahol dolgoztam, írtunk egy projekttervet, amely tetszést aratott, úgyhogy kezdetektől fogva megkaptuk a vezetői támogatást, és így be tudtuk indítani a Szupermentát.

Mi volt a cél a program elindításával?

Ez összetett, de szeretnénk volna láttatni az élelmiszerláncot. Ez akkoriban, ha nem is új, de majd nem új fogalom volt. Szerettük volna bemutatni, hogy mit jelent, hogy létrejött egy élelmiszerlánc-biztonsági hatóság és az mennyire sokrétű, hogy mi minden tartozik ide, és mit is jelent az, hogy termőföldtől az asztalig.

Szerettük volna láttatni a hatósági munkát is, de nem olyan szempontból, hogy a hatóság az zord és büntet, hanem hogy mennyi tudás halmozódott fel és mennyire tudunk ezzel a tudással támogatónak hatni egy ilyen programban. Egyébként a Szupermentának szerintem pont az a lényege, hogy alapvetően a vásárlókhhoz szól, de nemcsak hozzájuk, hanem a gyártókhöz, forgalmazókhöz is. Szerettük volna láttatni, hogy a hatóság az partner.

Valamint nagyon valós cél volt a vásárlók tudatosabbá tétele is. Én nagyon hiszek a tudatos vásárló fogalmában és abban, hogy a vásárlók egyre tudatosabbak lesznek. Ezért ezt a folyamatot is szeretnénk volna támogatni, és valós, tudásalapú információkat átadni. Ezek voltak a direkt célok.

10 év után, túl a 100. termékteszten, rengeteg tapasztalattal a Szupermenta hátizsákjában, Ön mit gondol, mivel nyújt többet ez a program az átlagos tesztoldalakhoz képest?

Az első dolog, amit kiemelnék az a szaktudás. Az élelmiszerlánc



területén szerintem hatalmas tudásanyag halmozódott fel a Nébih-ben, a laboratóriumoktól kezdve a hatósági munkát végző kollégák tudásán át, a kommunikációs szakembereket is beleértve. Ez nem megkerülhető, és ezzel a legtöbb terméktesztoldal egész egyszerűen nem bír. Ezzel a komplex tudással szerintem nem tudnak versenyezni.

A másik, hogy a Szupermenta egy abszolút objektív termékteszt. Itt gondolok arra akár, hogy milyen pontozási rendszer alakult ki mögötte, vagy hogy egy kedveltségi vizsgálaton nemcsak a laikusok, hanem szakemberek és gyártók is részt vesznek. Ez is bizonyítja, hogy egy egyszerű kedveltségi vizsgálat is mennyire sokrétű.

A harmadik számomra egyébként a kommunikáció. Nagyon jó, közérthető, olvasmányos, érdekes, ugyanakkor szakmai kommunikáció valósul meg.

Azt gondolom, hogy ez mindenki számára vállalható, ráadásul olyan erős kommunikációs csapat dolgozik ezen, hogy nem is csak egy cikk születik, hanem egy egész kommunikációs folyamat kapcsolódik minden teszt-hez. Ez a három: a szaktudás,

az objektivitás és a kommunikáció, amelyek messze kiemelik a többi termékteszt program közül a Szupermentát.

Egy program működése természetesen hullámzó. Voltak olyan sarkalatos pontok vagy kiemelkedő történések, amikor azt érezték, hogy változtatás/újítás szükséges?

Nekem kettő ilyen volt. Az egyik, amikor a Szupermenta embléma ötlete felvetődött és számos kérdést hozott magával, mint például, hogy a Nébih ezzel garanciát vállal-e vagy, hogy hogyan fog működni. Igyekeztünk ezt is olyan formába önteni, hogy mind a vállalkozások, mind a vásárlók számára informatív embléma jöjjön létre.

A másik pedig, amikor a Szupermenta kicsit elveszett a kommunikációs zajban. Akkor jött az ötlet, hogy teljesen külön programként működjön, így saját oldalakat kapott. Weboldal, aztán később Facebook-oldal, most pedig már az élen jár: azt gondolom, a hivatal szempontjából is a TikTok-csatornájával már megelőzi a Nébih általános kommunikációját.



Véleményem szerint ez az a két eset, ami igazából nagy mérföldkő volt. Persze van nagyon sok kisebb szakmai lépcső is. Hogy a legutóbbit említsem, elkezdünk szolgáltatásokat is összehasonlítani a kutyapanziók ellenőrzésével, majd következtek a kereskedelmi egységek. Ez utóbbi már az összehasonlításnak vagy minősítésnek egy erősen továbbgondolt változata volt, hiszen a létesítményen belül fagyasztottélelmiszer-osztályokat is vizsgáltuk.

Ön hogy látja, mi befolyásolhatja a vásárlói attitűdöket? A tapasztalataik mit mutatnak, egyre tudatosabbak a mai vásárlók? Vagy épp az ellenkezője?

Nagyon hiszek a tudatos vásárlókban, de tényleg. Éppen ezért azt gondolom, hogy a vásárlók is egyre tudatosabbak próbálnak lenni, és magam is ezt látom egyébként. Természetesen van

olyan élethelyzet, amikor ezt a tudatosságot főleg a pénzügyi szempontok befolyásolják, de azt gondolom, hogy a kedvezőbb árú termékek között is meg lehet találni a minőségi termékeket, és nyilván a drágább termékek között is. Nekünk a hiteles információk megtalálásában kell segítenünk a vásárlókat.

Hogy látja a program jövőjét? Tartogat még meglepetéseket a Szupermenta?

Biztosan. Szerintem nagyon változóak a vásárlási szokások és a vásárlói igények, trendek. A Szupermenta program fiatalos, ezért ezeket a trendeket nagyon korán megláthatja, és így a fogyasztók nyelvére tudja formálni a teszteket és az eredményeket.

Nagyon sok meglepetést tartogathat magában a program, hogyha kellőképpen fiatalos, rugalmas és kicsit progresszív tud

maradni. Márpedig miért ne tudna? Szóval azt gondolom, nagyon sok lehetőség van még a Szupermentában.

+1 Önnek melyik volt a kedvenc terméktesztje és miért?

Az elsők között zajló epres joghurt termékteszt az egyik kedvencem. Nem volt még teljes értékű Szupermenta-teszt, de nagyon emlékezetes volt látni és

megtapasztalni, hogy működik a gyakorlatban. A kakaós ital, meg később a csokis gabonagolyó terméktesztek, amikor gyerekek is kóstoltak, az nagyon aranyos és látványos volt. Mint kolléga, nagyon nagy élmény volt az első balatoni fagyizó teszt. Szóval sok kedvenc van, de hogy így az utóbbiakat említsem, a fagyasztott áruk részlegének ellenőrzése nekem szakmailag is különösen érdekes volt.



Nekem a Szupermenta



Élelmiszer- és Takarmánybiztonsági Igazgatóság (ÉTbI):

„Munkánk során a terméktesztek lebonyolítása a „kedvenc”. Már évek óta a mindennapjaink része. Minden Szupermenta teszt átfogó képet ad egy-egy szakterületről, feltárja az esetleges szisztematikus hibákat, illetve sok esetben a nem megfelelő jogszabályértelmezéseket.”

Új platformon *a Szupermenta!*



Látogasd meg TikTok-oldalunkat!





„Ez a program a vásárlókért van”

Sidó Brigitta, a Nemzeti Élelmiszerlánc-biztonsági Hivatal osztályvezetője

Kísérleti kommunikációs projektként indult 2014-ben a Szupermenta termékteszt program. Kiteljesedésében jelentős szerepe volt Sidó Brigittának, aki kezdetben egy személyben fogta össze a tesztekkel járó feladatokat, majd aprólékosan megtervezte és ki is alakította a program mögött álló rendszert és csapatot. Erről az útról mesélt a tizedik évforduló alkalmából.

Tíz éve indult újtára a Szupermenta. Mikor kapcsolódott be a programba, és hogy emlékszik a kezdeti időszakra?

Bő egy éve ment már a program, amikor elkezdtem belefolyni, először még csak a kommunikációs anyagok írásába. A Szupermentában már akkor is az volt a jó, hogy lelkes emberek csinálták, olyanok, akik szerették és hittek

benne. Az összhangot kellett megtalálni a különböző területek között, hogy mindenki egy irányba menjen, hogy lássák, mi az értelme és mi az ő szerepük ebben.

Nem értették, hogy mi a Szupermenta lényege?

Szerintem nem, nem mindenki, inkább egyfajta erős akarat volt, hogy csinálni kell.



Meg kellett tehát mutatni, hogy mi célt szolgál, és ebben kinek mi a feladata, mit tud hozzátenni. Hogy ez nem csak egy hóbortos projekt, ami egy ötletből elindult, hanem valóban van értelme, és lehet jövője. Ehhez kellett közös nevezőre hozni a különböző részeket, hogy az aztán valóban az egészet szolgálja. Végül mindenki nagyon szépen megtalálta a helyét és idővel megértették a miérteket.

Hogyan sikerült ezt elérni?

Elsősorban a hatósági, szakmai részről volt szükség fogadókészségre. Amikor beszálltam, mindig jeleztem, hogy laikus vagyok. Például amikor egy szakértő elmondta, hogy mi volt a probléma a termékkel, akkor megkértem, hogy mondja el úgy is, hogy én is megértsem. Sosem próbáltam megjátszani, hogy értek ahhoz, amihez egy állatorvos vagy egy élelmiszermérnök, nem is ezért

vagyok ott. És elfogadták, hogy van valaki, akinek fordítani kell, ami utána jól jött a vásárlókkal folytatott kommunikációban. Nagyon hálás lehetek, hogy ennyire elfogadóak voltak a hatósági és laboros kollégák.

Eleinte egyedül végezte a feladatokat. Hogy kezdődött a bővülés, a csapattá válás?

Kezdetben a hivatali sajtókommunikációs feladatok mellett láttam el a projekthez tartozó kommunikációs feladatokat. Menet közben teljesen átalakult a Szupermentával foglalkozó csapat az igazgatóságunkon. Sok idő volt, mire ki tudtunk alakítani egy jól működő rendszert, és egymásra találtunk azokkal a kulcsemberekkel, akik ma is a programban dolgoznak. Volt idő, amikor a tesztelés minden koordinációs és kommunikációs részébe teljesen belefolytam, amit utólag visszatekintve



egyáltalán nem bánok, hiszen nincsen olyan része a folyamatnak, amit én magam ne végeztem volna, így tudom, mi mekkora munkával és milyen nehézségekkel jár. Tudom, mi lehet reális elvárás. Ahogy látszott, hogy egyre nagyobbá fejlődik a Szupermenta, és hoztuk az eredményeket, mindenki elismerte, hogy van értelme a programnak. Egyre több lett a feladat is. Például a kedveltségi vizsgálatok sem egyszerű hivatali találkozók voltak már, hanem rendezvény jellegűk lett, ahova meghívtuk a gyártókat és a forgalmazókat. A hivatal megmutatta magát kifelé, aminek úgy kellett lezajlania, hogy az a Nébihhez méltó legyen. Mindez több embert igényelt. Hozzá-

teszem, korábban is voltak külső vendégek előtt is nyitott rendezvények, például a fokhagyma- és a vajkedveltségi is nagyon jól sikerült. Tehát azt nem mondanám, hogy akkor nyitunk ki teljesen, de akkor vált rendszeressé és egyfajta minimum elvárássá.

Elkezdődött a tudatos tervezés, szervezés?

Formálisabbá tettük. Kimondtuk, hogy ez nem egy laza összejövétel, ahol majd lesz valami, amikor megérkeznek a vendégek. A vezetőkben kellett leginkább tudatosítani, hogy ez is egy komoly feladat, amire munkatársat és időt kell fordítani, amire fel kell készülni, előre meg kell például tervezni, hogy ki beszél a meghívottakhoz. Rendszer lett belőle. A projekt programmá nőtte ki magát. Egyébként szerintem ezek a lépések ösztönösen jöttek, nem volt mögötte olyan tudatosság, hogy ebből valamikor egy osztály lesz majd. Az volt a lényeg, hogy csináljuk nagyon jól, profi módon. Végül úgy alakult, hogy egyre többen lettünk, majd jöttek a Szupermentához más jellegű, de az élelmiszerminőséghez kapcsolódó feladatok is.

Melyek voltak a sarokpontok, a program életében fontos pillanatok?

A Szupermenta egy soha véget nem érő történet. Ahogy befejeződik egy teszt, már azon gondolkodunk, hogy mi van a másik öttel, ami párhuzamosan fut, épp kiadásra vár, vagy a laborvizsgálatok zajlanak. Emiatt egy-egy teszt lezárásakor sosem volt nagy ünneplés. Ráadásul a maga módján minden teszt más. Mindegyik Szupermenta teszthez úgy kell hozzáállni, hogy az hoz valami újat: vagy szakmailag, vagy egy speciális laborvizsgálattal, vagy a kóstoltatásnál. Olyasmit, ami nem borítja fel a rendszert, mert bele tud simulni, ami mégis előre nem látható, váratlan, ami miatt rugalmasan kell az egészet kezelni. És épp emiatt nehéz kiemelni bármit. Projektvezetőként akkor éreztem, hogy a Szupermenta meghaladta a projekt elnevezést és már programként említhető, amikor egyéb hivatali projektek is elkezdtek a tapasztalataira támaszkodni. Példaként említhető a KMÉ-védjegyrendszer, aminek létrejöttéhez a Szupermenta nagyban hozzájárult. Meglátásom szerint a hivatalban a minőség, a minősítés kiteljesedése megegye-

zett a Szupermenta fejlődési ívével és ez kimondatlanul is egyfajta elismerése volt a Szupermentába beletett munkánknak.

Mitől tud még tíz év után is érdekes maradni a Szupermenta?

Szerintem a csapat miatt, akik dolgoznak rajta. És itt nem csak a Nébih Minősítésszervezési Osztályára gondolok, hanem minden közreműködőre, például a laborosokra, a hatósági szakemberekre, a kommunikációs kollégákra. Mindenki megértette, hogy ez a program a vásárlókért van. Hogy ezúttal fogyasztóvédelmi, vásárlói szempontból közelítünk olyan



kérdésekhez, amiket egyébként a hétköznapi életben hatósági szemüveggel nézünk. A sikerhez hozzátartozik, hogy bár sok a nehézség, az út rögzös tud lenni, de mindenki megszerette a Szupermentát, és a maga sikeréért tudja megélni. Legalábbis bízom benne. És ez így is van jól, mert nagyon sokan nagyon sok munkát beletesznek. A vezetők is büszkék rá, és azok az emberek is, akik a Szupermentában dolgoznak. Sokat jelent, hogy a vásárlók számára tudunk adni támogatást, adott esetben védeni őket a magunk eszközeivel. Mindezt úgy, hogy amennyire lehetséges támogató hatóságként az élelmiszeripar értékeihez is hozzá tudjunk tenni. Semmiképp nem elvenni szeretnénk, sokkal inkább a tapasztalatokat átadva javítani valamennyi szereplő érdekében.

A fogyasztóknak szól a program mégis nagyon hangsúlyos a gyártók bevonása, jelenléte. Ez mikor és miért alakult így?

Ez akkor kezdődött, amikor eldöntöttük, hogy minden, a költségekben résztvevő termék gyártóját és forgalmazóját meghívjuk a költségekhez. Legyenek ott, és lássák, mit csinálunk. Legyenek részesei

magának a tesztnek, mert ezáltal az ő véleményük, az ő pontszámuk is hozzáad ahhoz, hogy végül ki kerül fel a Szupermenta dobogóra. Ehhez a mi nyitottságunk is kellett, és az övék is. Mert a mai napig igaz, ha kritika vagy vélemény érkezik – márpedig a vállalkozók és a fogyasztók részéről is előfordul –, akkor nem zárkózunk el vagy nem sértődünk meg, hanem mögé nézünk, hogy van-e alapja annak, amit mondanak, érdemes-e a következő teszt során figyelembe venni. Ugyanakkor ez a partnerség nem sérti a program függetlenségét és hitelét.

A Szupermentának épp ez a legnagyobb ereje: pártatlanul állunk hozzá mindegyik teszthez, mindegyik termékhez. És ezt mindenki elismeri, épp azért, mert a Nébih csinálja.

Milyenek a fogyasztók visszajelzései? Ismerik a programot?

A Szupermenta ismertsége a felmérések alapján lehetne jóval magasabb. Amikor viszont azt mondjuk, hogy „Nébih termék-teszt”, akkor már nagyon sokan tudják, hogy miről van szó. Az is egyfajta visszajelzés, hogy milyen sok különböző médiumban meg-



jelennek a tesztek. Azt üzeni, hogy igenis érdekes, hogy a hatóság vizsgál termékeket, hogy a szakemberek tesztelik, kóstolják őket, rangsort állítanak fel. Kifejezetten jónak tartom, hogy van egy ilyen felülete a hivatalnak. Ami egyébként hatósági, és ha szükséges, akkor eljárást indítanak, mert a hibákat javítani kell, de van egy olyan része is, ami kicsit közvetlenebb módon szól a vásárlókhöz.

A Szupermentának fontos része a kommunikáció, hiszen a lakossághoz szól. E téren volt valamilyen vezérelv? Például, hogy az egyes cikkeknel vagy eszközöknél, csatornáknál mit helyezzenek előtérbe?

Amikor elkezdtem a Szupermentán dolgozni, akkor először egy kommunikációs vázatom volna adni neki. Az anyagok ugyanis tömények és sok esetben hosszúak. Készülnek olyan szak-

mai tartalmak, amik nem biztos, hogy könnyen emészthetők egy laikus számára. Ezeket próbáltuk úgy felépíteni, olyan szerkezetbe tenni, hogy befogadható kommunikációs anyagokká váljanak. Annak idején elég nagy munka volt egyrészt ezt összerakni, másrészt a hivatalon belüli szakértőkkel elfogadtatni, hogy közérthetővé tudjuk tenni a szövegeket. De végül ők is megértették a célt. Majd lépésenként jött a többi elem: hogy milyen legyen a honlap, a Facebook oldalt hogyan kezeljük, legyen-e Instagram oldal, majd TikTok csatorna. Ez viszont már a program mögött álló kommunikációs csapatnak köszönhető. Az, hogy a Szupermenta kommunikációja olyan színes, az ő érdemük. Mindig tudnak az új irányok, az új csatornák és eszközök felé nyitni, vagy akár a meglévőn újítani. De általában az egész Minőségsszervezési Osztályra igaz, hogy nem kényelmeseledünk bele a meglévőbe, hanem

időről időre megállunk, hátra-nézünk, értékeljük, mit sikerült elérni, és hogyan tudnánk ebből valami még jobb dolgot kihozni. Nagyon inspiráló a velük való közös munka.

Mik voltak a legemlékezetesebb pillanatok az elmúlt 10 évben?

A hivatalon kívüli közegben nagy szakmai pillanat volt, amikor a Magyar Élelmiszerkönyv Bizottságnak elküldtük javaslatainkat az addigi Szupermenta tesztek tapasztalatairól. Tehát továbbadtuk a megszerzett tudást annak érdekében, hogy a szabályozás kialakításakor ezt figyelembe tudják venni a szakértők. Szintén nagy öröm volt, hogy bekerült a program a Nemzeti értéktárba. Különösen, hogy ez felvetésként a hivatalon kívülről, az Agrárminisztériumból érkezett, erre a kezdeményezésre indult és végül meg is valósult.

Összegezve, mi a Szupermenta sikerének titka?

Nagyon jó csapat áll mögötte: a hivatal egészére gondolok. Persze vannak nehézségek, konfliktusok, de ha hátra lépünk egyet, akkor látható, hogy mindenki nagyon szépen teszi a dolgát, megtalálta benne a helyét. Mindenki elfogadta, beleértve a vezetőket is. Erős vezetői támogatás nélkül ugyanis ezt a programot nagyon nehéz lenne működtetni, mondhatni lehetetlen. És ez valahogy ösztönösen alakult így. Ösztön és szerencse kell, hogy jókor csináljuk, a jó emberekkel, legyen fogadókészség vásárlói, partneri oldalról. Ugyanakkor a megfelelő hozzáállás is elengedhetetlen, a munkát nem lehet megúszni.

A Szupermentában pedig nagyon sok munka van, mert a célunk az, hogy valami olyat csináljunk, ami hasznos a vásárlóknak.

Nekem a Szupermenta



Termékpálya Ellenőrzési Igazgatóság (TEI):

„A Szupermenta egy speciális termék/szolgáltatás teszt, ami abban különbözik a többi piaci tesztől, hogy a hatóság szakemberei tudásuk legjavát adva hajtják végre.”



**A képen 10 kicsi
mentát rejtettünk el.
Te mennyire vagy friss?
Megtalálod mindet?**

Szupermenta tippek



1. búza- finomliszt

Kenyérsütés során jelentős szerepe van a nedvessikér-tartalomnak, mivel a sikér felel a tészta ragadosságáért és nyúlékony-ságáért, ami nagy mértékben befolyásolja a végterméket.

A búzafinomliszteknek a Magyar Élelmiszerkönyv előírása szerint minimum 27% nedvessikért kell tartalmazniuk



2. sertésvirslis

A Magyar Élelmiszerkönyv irányelve alapján a „virslis” elnevezésű termékeknek minimum 51% hústartalommal kell rendelkezniük. A „virslire” hasonlító „rúd”, „pálca” stb. nevű termékek hústartalma alacsonyabb és/vagy a bennük a csontokról mechanikusan lefejtett hús mennyisége is magasabb lehet, mint a virsliben.



3. só

A jódozott sók jódtartalma folyamatosan csökken, ezért vásárláskor érdemes figyelembe venni a minőségmegőrzési időt. Hőkezelés hatására is „veszítenek” a „speciális sók” a jódtartalmukból, ezért szervezetünk jódbevitelére szempontjából jobb döntés lehet például nyers zöldségek ízesítésére használni.



4. koktél- paradicsom

A paradicsom színanyaga a likopin, amelynek erős immunserkentő és antioxidáns hatása van. A likopintartalom az érés folyamán folyamatosan nő, tehát minél érettebb a paradicsom, annál több likopint tartalmaz. Érdeemes tudni, hogy a likopin hő hatására nem veszik el, így ez a vegyület a feldolgozott paradicsom termékekben is megtalálható.



5. paprika- vetőmag

A paprikavetőmagokat kiszerező/cég szerint helyezik ki az üzletekben, azaz nem az azonos fajok/fajták vannak egymás mellett, hanem a különböző márkák termékei. Érdemes tehát odafigyelniük, mit veszünk le a polcról.



6. kutya- féreghajtó

Felelős állattartóként a kutyaféreghajtókat az állatgyógyászati készítmények forgalmazására jogosult forgalmazótól vagy az állatorvostól javasolt beszerezni. Nagyon fontos, hogy kizárólag engedéllyel rendelkező, ellenőrzött gyógyszereket vásároljunk mind a magunk, mind az állataink számára!



7. burgonya

Főzési típus szerint „A”, „B” és „C” típusú burgonyákkal is találkozhatunk. Ezek a jelölések segítenek, hogy a számunkra legmegfelelőbb terméket válasszuk. Az „A” típusú leginkább salátának való, mivel nem szétfővő, a „B” típusú főzésre a legalkalmasabb, mert

kissé szétfővő, a „C” típusút pedig sütéshez, vagy burgonyapüréhez érdemes használni, mivel könnyen szétfő.



8. házhoz szállított vegán készítel

Ha fontos számunkra, hogy állati eredetű összetevőktől mentes ételt fogyasszunk, érdemes alaposan átgondolni a választásunkat az ételt és a vendéglátó egységet illetően is. Előfordulhat ugyanis – különösen ott, ahol nem csak vegán fogásokat készítenek –, hogy az ételek kis mennyiségű állati eredetű összetevővel szennyeződnek.



9. fehérjepor

A fehérjeporok fehérje- és cukortartalma nagyon széles skálán mozog, emellett elérhetőek vitaminokkal és ásványi anyagokkal dúsított termékek is. Amennyiben fehérjeport szeretnénk fogyasztani, érdemes dietetikus szakember segítségét kérni, hogy az életkori, egészségügyi, sportolási sajátosságok és szükségletek figyelembevételével építhessük be az étrendünkbe.

*Te megtalálod mind a tíz
tesztelt terméket?*

G	A	B	O	N	A	G	O	L	Y	Ó	R	L	G
S	O	E	H	A	L	R	U	D	A	C	S	K	A
E	F	P	Z	A	B	K	Á	S	A	Ó	O	F	K
R	O	R	T	E	J	F	Ö	L	U	L	N	S	U
T	Y	E	K	E	P	G	Y	Ö	N	E	K	G	T
É	O	S	É	M	S	Ő	D	L	Á	V	A	O	Y
S	Ö	J	T	B	A	S	K	I	R	E	B	L	A
V	M	O	G	Y	O	R	Ó	K	R	É	M	R	P
I	F	G	A	H	Ő	R	Ö	K	I	D	F	G	A
R	T	H	I	R	T	G	L	J	S	U	H	Y	N
S	J	U	A	L	Á	R	E	S	Z	L	Y	A	Z
L	U	R	I	P	Á	N	V	E	N	A	A	V	I
I	D	T	P	I	K	L	A	N	T	Ó	D	U	Ó
S	T	Ú	R	Ó	R	Ú	D	W	K	L	I	A	B

Szupermenta a laboratóriumokban

A terméktesztek legfontosabb és legizgalmasabb részei közé tartoznak a Nébih laboratóriumaiban történő vizsgálatok, amelyekbe a Szupermenta írásos, képi és videós formában is betekintést enged. A program révén eddig mintegy 2.300 terméken több mint 230.000 laboratóriumi paraméter vizsgálatára került sor. De mitől ilyen izgalmasak ezek a vizsgálatok?

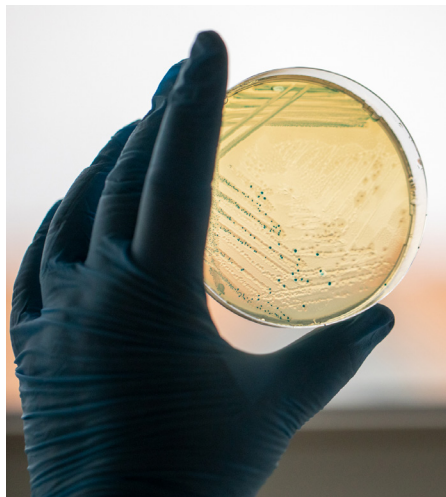
Laboratóriumok országszerte

A vásárlók védelme, a mezőgazdasági termékek, valamint a feldolgozott élelmiszerek biztonsága és minősége kiemelt jelentőségű, ezért a Nébih kiterjedt laboratóriumi hálózatot működtet Budapesten és számos vidéki településen. Az Élelmiszerlánc-biztonsági Laboratórium Igazgatóság összefogja csaknem a teljes hálózatot a szakirányú hatósági és nemzeti referencia laboratóriumokkal. Az Állategész-

ségügyi Diagnosztikai Laboratórium Igazgatóság pedig többek között a kialakult állatbetegségek okainak tisztázásával foglalkozik, valamint segítséget nyújt az állatorvosok diagnosztikai munkájában és a járványok elleni védekezésben.

Laboratóriumok és a minőség

Az élelmiszerek legfontosabb összetevőit, illetve idegenanyag-tartalmának maximálisan elfogadható szintjét szabályzó



nemzetközi szabványok, irányelvek és útmutatók kidolgozására az Élelmezési és Mezőgazdasági Világszervezete (FAO) és az Egészségügyi Világszervezete (WHO) 1963-ban létrehozta a Codex Alimentarius Főbizottságot (CAC). A Bizottság által kidolgozott különféle dokumentumok összessége a Codex. Ezek a dokumentumok minden regionális (pl. az EU) és nemzeti (természetesen a magyar is) élelmiszer szabályozás alapjául szolgálnak, így a Codex a világ élelmiszer-szabályozásának összefogó központja. A Codex 1972-ben, aktív munkájának elismeréseként, Magyarországra bízta az egyik igen fontos szakbizottság, az Analitikai és Mintavételi Módszerek Szakbizottság (CCMAS) vezetését és

a bizottság éves üléseinek a megrendezését. Mind ebben a bizottságban, mind a többi szakbizottságban részt vesznek a Nébih munkatársai, hogy hozzájáruljanak a világszerte hivatkozott és használt szabványok kidolgozásához.

Egy teszt - több ezer paramétervizsgálat

A termékeket élelmiszerbiztonsági és -minőségi szempontok szerint vizsgálják a Nébih laboratóriumaiban. A szakemberek elvégzik a tesztfolyamat elején meghatározott mikrobiológiai és analitikai paraméterek vizsgálatát, és ellenőrzik a vonatkozó jogszabályoknak való megfelelést. Az eredményekről mérési jegyzőkönyv készül. A jogszabályokban foglaltakon túl olyan vizsgálatok is történnek, amelyek az adott termékkör esetében szakmailag érdekesek lehetnek. Például a túrórudak esetében a bevonatarány kérdése vagy a gesztenyekészítményeknél a hamisítás vizsgálata (burgonya-, rizs-, bab- és bambuszrost-tartalom). Egy termék-

teszt során akár 3.000 laboratóriumi mérés is történhet.

Bevezetés a vizsgálatok titkaiba

A tesztek kísérő kommunikáció során kiemelt szerepet kapnak ezek a tartalmak. A vizsgálatok eredményei mellett az érdeklődők arról is olvashatnak, hogy hogyan és mit miért vizsgálunk az egyes termékeknél. A célunk az, hogy bevezessük az olvasókat a laboratóriumi munka rejtelmébe, és közérthető formában mutassuk be az érdekes vizsgálatokat. Éppen ezért tudásmegosztó videókkal, infografikákkal, diagramokkal színesítjük a cikkeket, melyek külön szekciót is kaptak a Szupermenta weboldalon.

Segítség a vásárlóknak

A termékekkel kapcsolatos vásárlói alapelvárásokhoz szükséges hiteles információkat többek között a laboratóriumi vizsgálato-

tok eredményei adják. Számos olyan eredmény született már az összehasonlító teszteken, amelyek egyértelműen segíthetik a vásárlók mindennapi döntéseit. Ilyenek voltak például a ketchupok paradijsomtartalmára, a fehérjeporok fehérjetartalmára, az ételízesítőkben előforduló allergének kimutatására vagy a vegán készítmények állati eredetű összetevőire irányuló vizsgálatok eredményei.



Szupermenta

- Mindig online

A Szupermenta nemcsak informatív, hiteles és megbízható, hanem innovatív és trendi a kommunikáció terén is. A program célja, hogy a vizsgált termékek minőségével és az élelmiszerbiztonsággal kapcsolatos üzenetek minél több emberhez eljussanak. Hatósági létünk ellenére az olvasók könnyen érthető és informatív tájékoztatására törekszünk, egyre több online platformon.

A Szupermenta program folyamatosan megújult az elmúlt 10 évben. A terméktesztekkel egyre tágabb olvasói kört értünk el, ezáltal az eredményeket bemutató tartalmaink is formálódtak, bővültek a tapasztalatoknak és az igényeknek megfelelően. Egyre több platformon és egyre több, célirányosan kialakított önálló anyagban mutatjuk meg az összesített eredményeket, hogy az olvasók minél hamarabb megtalálják a számukra fontos információkat az egyes teszteredményekkel kapcsolatban. Mostanra

külön cikkben foglaljuk össze például a kedveltségi vizsgálat részleteit, az eredményközlő anyagban pedig kiemelt helyet kap – többek között – a dobogó és az összesítést tartalmazó letölthető táblázat.

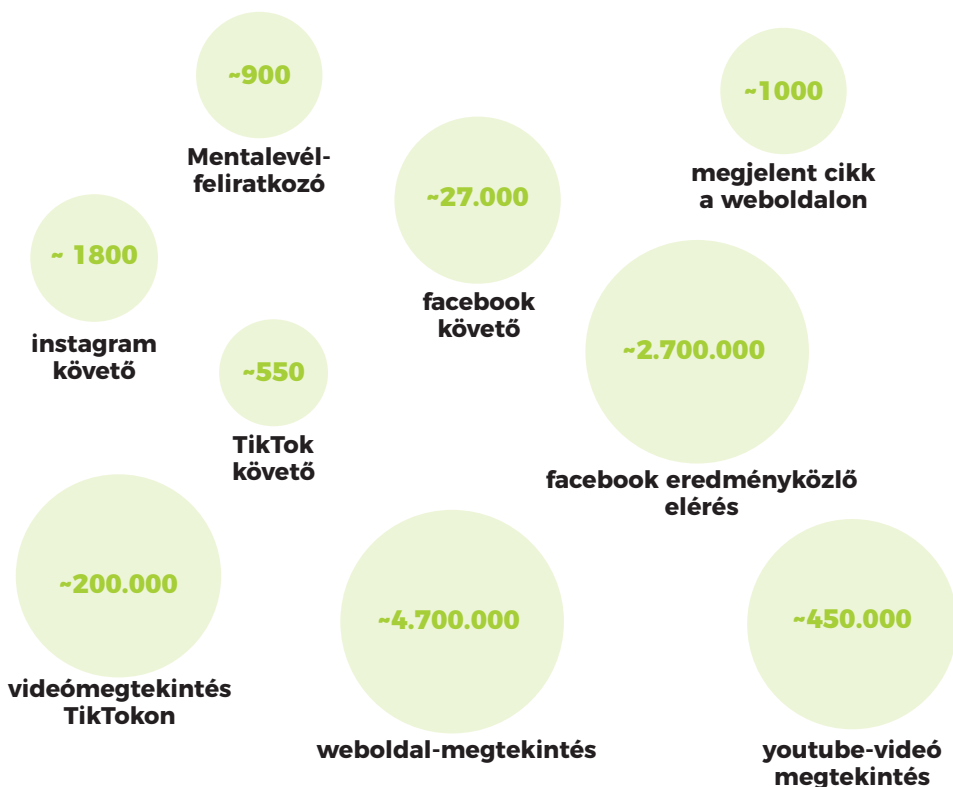
A kommunikációs eszközök és az olvasói szokások időről időre jelentős mértékben változnak, melyekkel – lehetőségeinkhez mérten – igyekszünk lépést tartani. Nyíltan és lényegre törően kommunikálunk. Arra törekszünk, hogy az üzeneteket közérthetően, az aktuális trendeknek megfe-

elő formában tegyük közzé, de természetesen szem előtt tartjuk, hogy ez ne menjen a szakmaiság és a hitelesség kárára.

Weboldalunkon, a www.szupermenta.hu portálon minden fontos információ megtalálható a terméktesztek eredményeivel kapcsolatban. Emellett többek között a témában érdekes és hasznos cikkeket, infografikákat és szakértőkkel készült interjúkat

is olvashatnak az érdeklődők. A teszteredmények mellett ugyanis fontosnak tartjuk, hogy tudásmegosztó tartalmakat is készítsünk írott és képes formában egyaránt. Ezeket minden esetben a Nébih szakértőinek közreműködésével állítjuk össze.

Az utóbbi években egyre nagyobb hangsúlyt fektetünk a laboratóriumi vizsgálatok bemutatására, ezért a weboldalon külön



szekciót alakítottunk ki ezeknek a tartalmaknak. Rendszeresen írunk arról, hogy mit miért vizsgálunk az egyes termékkörök esetében, valamint az adott termékhez kapcsolódva azt is bemutatjuk – videós formában is –, hogy hogyan zajlik egy-egy laboratóriumi paraméter vizsgálata.

A Szupermenta Facebook- és Instagram-oldalán több mint 28.000 fős követőtáborunk van. A Nébih Youtube-csatornáján, a Szupermenta lejátszási listán, rendszeresen közzétesszük legújabb videóinkat. Sokak számára ismert már a Szupermenta hírlevele, a Mentalevél is, amelynek révén a feliratkozók első kézből értesülhetnek a legfrissebb teszteredményekről. 2023-ban elindult TikTok-csatornánk, ahol már több mint 80 videó érhető el. Ezek nézettsége csaknem

200.000 megtekintésnél jár. A teszteredmények, kiegészítő cikkek és kísérletek mellett szezonális kampányokkal, edukatív nyereményjátékokkal és szórakoztató tartalmakkal várjuk az érdeklődőket. A tesztek eredményei videós formában is megjelennek a csatornákon.

Emellett a paletta színesítéseként izgalmas vizsgálatokat bemutató, a Nébih laboratóriumaiban forgatott tartalmakkal és humoros videókkal is találkozhatnak a felhasználók. Nagy öröm számunkra, hogy követőinkből az évek alatt valódi közösség formálódott, akik aktívak, szívesen megosztják a véleményüket és részt vesznek a játékainkban. Fontosnak tartjuk, hogy trendi és egyedi tartalmakat készítsünk, de csakis a minőség, a precizitás és a hitelesség szem előtt tartásával.

Nekem a Szupermenta



Állatgyógyászati Termékek Igazgatósága (ÁTI)

„Kezdetben azt gondoltuk, hogy a Szupermentában állatgyógyászattal kapcsolatos termékeknek nincs helye. Aztán az első és nagyon sikeres terméktesztünket követően beláttuk, hogy rosszul ítéltük meg a helyzetet. A kutyaféreghajtók, a külső élősködők elleni nyakörvek, a samponok vagy épp a macska spot-on-ok kiválóan illeszkedtek a Szupermenta programba.”

Szupermenta-embléma

A Nébih garantálja a minőséget

A Szupermenta termékteszt program legalább annyira szól az előállítókhoz és a forgalmazókhöz, mint a vásárlókhöz. A termékteszten elért helyezés ugyanis a vásárlóknak bizalmat jelent, a gyártók, forgalmazók számára pedig ezáltal komoly presztízs.

Mit érdemes tudni az emblémáról?

A Szupermenta-embléma 2015 novembere óta érhető el az egyes termékkörök tesztgyőztes, azaz dobogós termékei számára.

Az emblémahasználat jogát az első három helyezett terméket gyártó, termelő vagy első magyarországi forgalmazó nyeri el, amellyel a termékteszt eredményeinek közzétételétől számított 45 napon belül élhet.

Fontos kitétel, hogy ha a teszt során feltártunk valamilyen hiányosságot, akkor a nyertes csak annak

kijavítása után használhatja az emblémát.

Két típusú emblémát biztosítunk a helyezettnek, melyeket meghatározott felhasználási feltételekhez kötünk:

- Az **„A” verziót** csak a helyezett terméken lehet megjeleníteni.
- A **„B” verzió** a helyezett termék vagy szolgáltatás ismertetőiben, prospektusaiban és a vállalkozás online felületein (weboldal, közösségi oldalak) használható.

Az embléma ingyenesen, az átadástól számított egy évig használható, melyhez arculati kézikönyv is rendelkezésre áll.

Sikeres emblémaigénylések

A Szupermenta ismertségével az emblémahasználók száma is folyamatosan emelkedik: eddig csaknem 100 termék gyártója, forgalmazója igényelte már. Kiemelkedő volt például a 2023-as

borsó és retek mikrozöld terméktesztünk, ahol az összes dobogós helyezést elért termék termelője igényelte az emblémát. Ugyanezen évben a kereskedelmi egységteszt 10 kiválóan megfelelt üzletből 7 bolt élt a lehetőséggel.

Jelenleg a létesítmények, a tartós élelmiszerek, valamint a zöldség-gyümölcs és a növényvédelem kategóriákban a legnépszerűbb az emblémahasználat.

Az **„A” típusú emblémán** szerepel az elért helyezés, az embléma sorszáma, valamint a teszt készítésének évszáma. Az embléma, a helyezésnek megfelelően, arany, ezüst vagy bronz színű keretben jelenik meg.

A **„B” típusú emblémán** az elért helyezés, az embléma sorszáma és az évszám mellett a termékteszt nevét is feltüntetjük. A helyezés jelölésére ebben az esetben is alkalmazzuk az arany, az ezüst és a bronz színű keretet.



„Emlékszel?” - avagy Szupermenta- pillanatok egy csokorban

A 10 év alatt számtalan olyan meglepő teszteredmény, vicces és izgalmas esemény történt, melyekre szívesen emlékszünk és rendszeresen emlegetünk magunk között. Ezek közül csokorba szedtünk most néhányat.

Meglepő pezsgő eredmények

Finoman fogalmazva is meghökentő volt, amikor 2015-ben a kb. 40.000 Ft-os Don Perignon pezsgő az utolsó helyek egyikén végzett. Valószínűleg olyan terméket mintáztunk, ami hosszú éveken keresztül rossz körülmények között állt a polcon. Mindenesetre ezzel is számolniuk kell a vásárlóknak, úgyhogy ebből a szempontból is igazán hasznos volt a teszt.

Ketchupok és a paradicsomtartalom

Hatósági ellenőreink 2019-ben a legtöbb ketchupnál azt tapasztalták, hogy nem megfelelően

jelölik a paradicsomtartalmat. Azóta ezt a rossz jelölési gyakorlatot javították a vállalkozások.

Visszahívott termékek

Örömteli, mikor arról számolhatunk be, hogy egy teszt során mindent rendben találtunk, de ez sajnos ritkán fordul elő. Főként jelölési hibák miatt kifogásoljuk a termékeket, viszont számos termékkör esetében súlyosabb problémákra is fény derült. A tesztek során több alkalommal is találtunk élelmiszerbiztonsági hibát, melyek a fogyasztók egészségét veszélyeztették.

Ilyen volt például a zabkásák (2019.) és az ételízesítők (2022.)



vizsgálata. Kiderült, hogy két zabkásában a felhasznált zab alapanyag határérték feletti DON mikotoxint tartalmazott, míg az ételízesítők közül öt termékben nem jelölt zeller allergént találtunk. Mindkét esetben kivontuk a forgalomból és visszahívtuk a fogyasztóktól az érintett termékeket.

Nagy port kavaró, népszerű teszt

A növényi fehérjeporok tesztje (2023.) több szempontból is emlékezetes marad. Egyrészt azért, mert minden termékkel szemben eljárást kellett indítanunk a jelölésvizsgálaton feltárt hibák miatt. Másrészt, mert élelmiszerbiztonsági szempontból sem felelt meg az összes fehérjepor: az egyik szójamentesnek jelölt termék szóját tartalmazott (ami allergén anyag). Kiderült, hogy a probléma egy egész termékcsaládot érint, ame-

lyek több országba is eljutottak. Természetesen az érintett termékeket kivonták a forgalomból és a fogyasztóktól is visszahívták.

Emellett elmondhatjuk, hogy ez volt a 10 év legnépszerűbb, legolvasottabb terméktesztje. A Szupermenta weboldala össze is omlott egy kis időre, olyan sokan látogatták. Persze ehhez nagyban hozzájárult, hogy a Rádió1 Balázsék című reggeli műsorában is éppen ez a termékteszt volt a téma.

Hogyan nevezzetek?

Egyes terméktesztek megnevezéséről több körben is egyeztetünk, mire szakmai és kommunikációs szempontból is mindannyiunk számára elfogadható lesz. Ilyen volt többek között a sajtkészítmények, a teljes kiőrlésű „kenyerek”, a „dobozos” tejeskávék vagy a „túrórudak” tesztje. A példák

is látható, hogy az idézőjel barátunkká, hű szövetségeseünkké vált.

Macskaalmokat vizsgálunk – de hogyan?

A macskaalmok tesztje (2023.) többek között azért marad emlékezetes számunkra, mert egy olyan termékcsoport értékelési kritériumait kellett széles szakértői kör bevonásával kialakítanunk, amellyel kapcsolatban gyakorlatilag semmilyen szakmai jogszabály sem volt érvényben. Ugyanakkor a termékeket az állattartók népes tábora használta – a Szupermenta teszt megjelenéséig gyakorlatilag mérvadó szakmai iránymutatás nélkül. Végeredményben a Nébih két szakmai igazgatósága közös erővel és több kiváló szakmai kolléga bevonásával komplex vizsgálatot végzett: egymással összehasonlítva és a laboratóriumi eredmények alapján meg tudták ítélni, hogy a macskaalmok biztonságosak és minőségiek-e.

Izgalmas házhoz szállítás

Két alkalommal is teszteltünk házhoz szállított készételeket, melyek nagyon emlékezetesek számunkra. Az első még a covid-járvány idején, 2020-ban volt,

így a megrendelt ételek kiszállításakor figyeltük például a futárok kesztyű- és maszkhasználatát is. Persze az ellenőrzés az ételekre vonatkozott ez esetben is.

Három évvel később, 2023-ban, vegán, házhoz szállított készételeket teszteltünk. A futárok folyamatosan érkeztek a különböző helyekről rendelt ételekkel, és nagyon meglepődtek, hogy egész kis csapat várt a kiszállított csomagra.

A teszt során a futárokat nem hatósági szempontból, csak –beleegyezésükkel – felmérő jelleggel vizsgáltuk. Érdekes módon időközben az egyik vendéglátóhelyről visszamondták a már leadott rendelésünket.



A két tesztnek számos pozitív eredménye megfigyelhető a vendéglátás területén, melyeknek nagyon örülünk. Igaz, a teszt óta előfordul, hogy a futárok nem találják az épületet, vagy kifejezetten kérik, hogy a bejárat előtt vegyük át a magunknak rendelt ételt.

Csemegéztünk

Érdekes élmény volt, hogy a diák-csemege kedveltségi vizsgálatán (2018.) a kóstolás mellett számolnunk is kellett: különválogattuk ugyanis az összetevőket. Így néztük meg, hogy milyen arányban vannak a termékekben a különböző magvak és aszalványok.

Kedveltségi vizsgálat parfümmentesen!

A keserű likőr termékteszt (2019.) kedveltségi vizsgálata előtt néhány kolléganő úgy gondolta, fúj magára egy kis parfümöt. Hamar szembesültek vele, hogy ez nem volt jó ötlet, a szakmai osztályvezető ugyanis felhívta rá a figyelmüket, hogy ez jelentősen zavarhatja a termékek illatának megítélését. Azóta nem használunk parfümöt sem alkoholos ital, sem egyéb

termék kedveltségi kóstolásának napján.

Jelszó: Megoldjuk!

A kedveltségi vizsgálatok – akár kisebb, akár nagyobb létszámú rendezvények – mindig okozhatnak váratlan helyzeteket. A tokaji aszúk (2022.) kedveltségi eseményének emlékezetes pillanata volt például, hogy az egyik külsős meghívott vendég rövidebb útvonalon, a konyhán keresztül távozott a helyszínről. Így senki nem tudta, hova lett a vendég.

Egy órával korábban érkezett, vagy fél órával később jött a vendég? Esetleg végigkóstol-



ná a másik csoport termékeit is? Megoldjuk! Igyekszünk felkészülni mindenre, de már rugalmasan, gyorsan kezeljük a váratlan helyzeteket is.

Kedveltségi kihívások

Minden termékkörnek megvan a sajátossága, ezáltal nincs két egyforma teszt és kedveltségi vizsgálat sem – mindig más jelent kihívást.

A fagyasztott gesztenyekészítmények (2020.) kóstolásakor azzal küzdöttünk, hogy kiolvadjanak, míg a dobozos jégkrémeknél (2018.) éppen azért kellett igyekeznünk, hogy még fagyosak legyenek a termékek, mire felszolgáljuk.

A legtöbb esetben vak-kóstolással történik az értékelés, ennek érdekében a szemléltetésre szánt termékek csomagolását elfedjük. Az alkoholos italoknál például borruhát használunk, egyéb esetekben viszont marad a kevésbé elegáns, alufóliás megoldás.

Sokszor kihívást jelent a termékek tárolása, hiszen általában a beszerzésük és a kedveltségi vizsgálatuk között jó pár nap

eltelik. A fagyasztott élelmiszerek vagy a nagy kiszerezésű termékek (pl. macskaalom) elhelyezése nem egyszerű, de például a cserepes menták (2024.) esetében is különösen fontos volt, hogy a számukra megfelelő körülmények között helyezzük el és locsolgassuk, hogy „életben, sőt jó kondícióban tartsuk” őket a kóstolóig.

Terméktesztből üzemfelfüggesztés

Az őrölt kávék tesztje (2015.) igazán érdekesen alakult, ugyanis a hatósági intézkedésbe a Nébih csalásokra szakosodott részlege is bekapcsolódott. Az egyik őrölt pörkölt kávé glutént, valamint a mikroszkópos vizsgálat alapján idegen növényi eredetű keményítő szemcséket is tartalmazott. A toxinszennyezettség és a gluténtartalom mellett a termék alacsony koffeintartalma is gyanússá vált, ezért a Nébih csalásokra szakosodott szakemberei helyszíni ellenőrzést tartottak, mely során nyomonkövetési problémákat tártak fel: 8,2 tonna terméket koboztak el, további 12 tonna esetében forgalmi korlátozást rendeltek el, az üzem működését pedig felfüggesztették.



Függelék

1. Tesztelt termékek kategóriák szerinti bontásban

Alapélelmiszerek, fűszerek

- Asztali só (2015)
- Barnacukor (2016)
- Búzafinomliszt (2018)
- Dobozos margarin (2020)
- Étélizésítő (2022)
- Fűszerpaprika (2014)
- Rizs (2014)
- Speciális só (2015)
- Sütőmargarin (2019)
- Teljes kiőrlésű „kenyér” (2020)

Alkoholos italok

- Barackpálinka (2021)
- Búzasőr (2016)
- Cider (2018)
- Citromos sörital (2015)
- Édes fehér pezsgő (2018)
- Gin (2024)
- Irsai Olivér száraz fehérbor (2020)
- Keserű likőr (2019)
- Kékfrankos rozé (2017)
- Kékfrankos száraz vörösbor (2023)
- Meggyes sör (2021)
- Száraz minőségi pezsgő (2015)
- Szilvapálinka (2017)
- Tokaji aszúbor (2022)
- Világos dobozos sör (2018)

Állatgyógyászati termékek, takarmány

- Kutyaféreghajtó (2021)
- Kutyanyakörv (2016)
- Kutyasampon (2019)
- Kutyatáp (2015)
- Macskaalom (2023)
- Macska spot-on (2017)
- Száraz macskaeledel (2020)

Édességek, snackek

- Babapiskóta (2021)
- Diákcsemege (2018)
- Gabonagolyó (2015)

- Gumicukor (2016)
- Instant kakaóitalpor (2023)
- Kandírozott narancs (2015)
- Kölesgolyó (2016)
- Mogyorókrém (2021)
- Sajtós chips (2017)
- Tejcokoládé (2016)
- Vaníliás dobozos jégkrém (2018)
- Zabkása (2019)

Étrend-kiegészítők

- Omega-3 zsírsavkapszula (2022)

Félkész ételek

- Gyorsfagyasztott gesztenyekészítmény (2020)
- Gyorsfagyasztott hasábburgonya (2017)
- Halrudacska (2017)

Húskészítmények

- Bacon (2016)
- Debreceni (2019)
- Sertés párizsi (2018)
- Sertésvirslis (2016)
- Sonka (2020)

Italok, kávé, tea

- Állati eredetű fehérjepor (2024)
- Citromlé (2019)
- „Dobozos” tejeskávé (2021)
- Energiaital (2024)
- „Gyerekepezsgő” (2017)
- Kapszulás kávé (2019)
- Növényi fehérjepor (2023)
- Örlött kávé (2015)
- Szójaital (2017)

Létesítmények

- Fagyasztottélelmiszer-osztály (2023)
- Kutyapanzió (2023)

Tartós élelmiszerek

- Csemegeuborka (2020)
- Csigatészta (2017)
- Fokhagymakrém (2015)

- Gluténmentes spagetti (2018)
- Ketchup (2019)
- Majonéz (2018)
- Üveges torma (2021)

Tejtermékek

- Epres joghurt (2014)
- Kakaós ital (2015)
- Kaukázusi kefir (2017)
- Laktózmentes tejföl (2018)
- Mascarpone (2021)
- Sajt készítmény (2020)
- Tejföl (2018)
- Trappista sajt (2017)
- „Túrórúd” (2022)
- Vaj (2016)

Vendéglátás

- Balatoni fagyraltozó (2015)
- Balatoni halsütőde (2017)
- Balatoni lángosozó (2019)
- Facsart narancs (2016)
- Gyorséttermi sültburgonya (2017)
- Házhoz szállított készétel (2020)
- Hortobágyi húsos palacsinta (2016)
- Vegán, házhoz szállított készétel (2023)

Zöldség-gyümölcs, növényvédelem

- Banán (2019)
- Bazsalikom (2016)
- Bársonyvirág vetőmag (2020)
- Citrom (2018)
- Cserepes menta (2024)
- Csomagolt burgonya (2022)
- Előre csomagolt salátakeverék (2016)
- Fokhagyma (2015)
- Fűmagkeverék (2016)
- Hegyes-erős paprika vetőmag (2024)
- Jégsaláta (2016)
- Koktélpáradicsom (2018)
- Mikroözd (2023)
- Narancs (2015)
- Paprikavetőmag (2021)
- Páradicsom-vetőmag (2022)
- Sárgarépa (2019)
- Sütőtök (2020)
- Tálcsás gomba (2021)
- Tápoldat (2015)

Felmérések, termékpróbák

- Burgonya kísérletsorozat (2023): Hűvös helyen tárolt burgonyák cukortartalmának vizsgálata
A különböző „burgonyák” beltartalmának összehasonlítása
A burgonyák szolanintartalmának változása tárolás hatására
Zöldre színeződött burgonya vizsgálata
- Citrom (2018): A citrusok héjában előforduló növényvédőszer kioldódásvizsgálata
- Főző- és habtejszín (2023):
A főző- és a habtejszín összehasonlítása
- Gesztenye (2020): A gesztenye egy éve a Nébih Pölöskei Fajtakísérleti Állomásán
- Hegyes-erős paprika fajtakísérlet (2024): Hegyes-erős paprikák nevelése a monorierdei Fajtakitermesztő Állomáson
- Kutyanyakörv (2017): Használat utáni hatóanyag-tartalom ellenőrzése
- Kutyasampon (2020):
A kutyasamponok gyakorlati tesztje
- Omega-3 és omega-6 vizsgálatsorozat (2020): Különböző élelmiszerek omega-3 és omega-6 zsírsav tartalma
- Paprikanevelés (2021): Tölteni való paprikák nevelése a monorierdei Fajtakitermesztő Állomáson
- Páradicsom fajtakísérlet (2022): Páradicsomok nevelése a Tordasi Növényfajta Kísérleti Állomáson
- Sütőmargarin (2019): Tésztakészítés különböző zsírtartalmú sütőmargarinokkal
Különböző zsírtartalmú sütőmargarinok olvasztása
- Tejföl (2018): Tejfölhamisítás ellenőrzése

A tesztelt termékek évenkénti bontásban (tesztgyőztes termékek, emblémaigénylés) itt elérhetőek:



a Szupermenta újdonságai „házhoz” jönnek.



**Kérd te is postaládádba
a Mentalevelet!**

**Hírlevél feliratkozásra
itt van lehetőség:**





Szupermenta

A Nébih termékteszt oldala

Cím: 1024 Budapest, Keleti Károly
utca 24.

Levelezési cím: 1525 Budapest,
Pf. 30.

E-mail: info@szupermenta.hu

Nébih ZöldSzám: 06-80-263-244