



Tájékoztató a

## Nemzeti Élelmiszer Nyomonkövetési Platform

megalakulásáról

A Földművelésügyi Minisztérium és a GS1 Magyarország között 2015 októberében megkötött együttműködési megállapodás keretében megalakult és a 2016. január 20-án lezajlott nyitókonferenciával megkezdte tevékenységét a Nemzeti Élelmiszer Nyomonkövetési Platform.

A Platform célja, hogy segítséget nyújtson a hazai élelmiszeripari vállalkozásoknak a nyomon követési rendszereik, üzleti kommunikációjuk és fogyasztói marketing eszköztáruk nemzetközi szintre történő emelésében. Az együttműködés keretében nemzetközi azonosítási, kommunikációs és nyomon követési szabványok és azokra épülő, korszerű, internet-alapú és mobiltechnológiát alkalmazó megoldások bemutatása történik széles körben.

### A Platform tevékenysége

A Platform 2 évre jött létre (2017 októberéig), és öt munkacsoportban végzi tevékenységét. A Platform és munkacsoportjai, illetve az azok által szervezett rendezvények nyitottak, de regisztrációhoz kötöttek. A munkacsoportokhoz a [www.nenyp.hu](http://www.nenyp.hu) honlapon történő regisztrációval lehet csatlakozni. A munkacsoportok konkrét feladatai, amelyek mindegyikéhez széles körű kommunikációt társítanak:



**HÚS ÉS  
HAL**



**ZÖLDSÉG ÉS  
GYÜMÖLCS**



**TEJ-  
TERMÉK**



**BOR ÉS  
PÁLINKA**



**HORIZONTÁLIS**

- A termékcsoportra érvényes jogszabályi és üzleti követelmények összegyűjtése és tudástár létrehozása
- A termékcsoportra érvényes tipizált ellátási lánc szereplőinek és folyamatainak meghatározása, a követelmények szereplőkre lebontott dokumentálása

- Kiválasztott konkrét ellátási láncon nyomonkövetési audit végrehajtása, tapasztalatok értékelése és dokumentálása
- A termékcsoporthoz az elvárásoknak megfelelő és alkalmazható nyomonkövetési eszközök meghatározása
- A termékcsoporthoz érvényes, hazai piacra szabott nyomonkövetési útmutató összeállítása
- Nyomonkövetési képzési anyagok összeállítása és a képzési rendszer kidolgozása
- A kijelölt eszközök minősítési rendszerének kidolgozása
- Kiválasztott konkrét nyomonkövetési megoldás bevezetésének támogatása, lekövetése és a tapasztalatok megosztása
- Elérhető, a megvalósítást segítő támogatási lehetőségek felmérése és kommunikációja
- A létrehozott adatbázisok, tudástárak, képzési és minősítési rendszerek fenntartási feltételrendszerének meghatározása.

Nagyon fontos, hogy az egy-egy termékpályához kapcsolható, az átfogó kommunikációban meghatározó szerepet betöltő szervezetek és az iparági jelentőségükből, vagy kapcsolatrendszerükből adódóan kiemelkedő vállalkozások részt vegyenek a munkacsoportok tevékenységében, hiszen az a cél, hogy olyan megoldások kerüljenek kialakításra, amelyeket mind az üzleti, mind a hatósági szereplők beépíthetnek valós működésükbe.

### **Háttérinformációk - konkrét példák**

Képzjük el a fogyasztót, aki egy okostelefonnal a kezében a terméken lévő vonalkód/QR kód leolvasásával azonnal mindent megtud a termékkel kapcsolatban. Hogy például milyen jellegű információt? Például összetételét, mennyi cukor vagy só van benne, tartalmaz-e allergéneket, ki a gyártója, a gyártójával kapcsolatban sok hasznos kiegészítő információt (akár a termelőhöz, vagy termőterülethez kapcsolódó információk, stb.) valóban biotermék-e, valóban magyar termék-e.

A gyártóknak napjainkban számos hatósági követelménynek és kereskedelmi elvárásnak kell megfelelniük. Sokszor már annyi az adminisztrációs terhelés, hogy a feladataikra nem is tudnak 100%-ban koncentrálni. Képzjük el egy olyan élelmiszerláncban átnyúló nyilvántartási rendszert, ahol a gyártóknak egy szabványoknak megfelelő módon egy helyen, egyszer kell felvinni a releváns információt és a kereskedelmi partnerei és akár a hatóság is ebből a forrásból táplálkozva minden elvárt információt megkaphat. Vagyis egyszer kell gondoskodni az adatok rögzítéséről és onnantól az információ az ellátási lánc valamennyi szereplője, beleértve a fogyasztó számára is elérhető. (Nyilván a piaci szereplők döntenek el, hogy milyen információ kinek elérhető, mit kivel osztanak meg.) Ez igen jelentős erőforrás és költségcsökkenést eredményezhet a gyártók számára, nem beszélve arról, hogy ők maguk kontrolálhatják a fogyasztók és kereskedők számára elérhető információkat vagyis a fogyasztó mindig hiteles a gyártótól/termelőtől származó információt fogja látni. Az adatokon túl, ha a termékek azonosítását biztosító vonalkódos címkék kapcsán az ellátási láncban, a kereskedelmi szereplők részéről egységes, közös elvárások fogalmazódnának meg (megint

csak szabványokra épülve), ami egyébként még a hatósági ellenőrzéseket is felgyorsítja, akkor a gyártók megint igen jelentős és felesleges költségektől szabadulhatnak meg (például: ugyanaz a termék 3 különféle címke annak függvényében, hogy melyik kereskedőhöz kerül kiszállításra). Nem beszélve arról, hogy hasonló, szabványokra épülő elvárások már sok más európai országban jelen vannak. Így amennyiben egy márka meg akar jelenni ezeken a piacokon bizony feltétel, hogy ezeket a szabványos megoldásokat használja. Célunk, hogy a platform keretében a márkák megismerjék ezeket az elvárásokat és itthon olyan közös és egységes rendszert/ajánlást dolgozzunk ki, ami külföldön is használható és kompatibilis.

Tudjuk jól, hogy az informatikai és technológiai feltételek nem minden piaci szereplőnél ugyanaz, viszont azok alkalmazása megkönnyítheti életüket vagy növelheti versenyképességüket. Ezért külön nagy hangsúlyt szeretnénk fektetni arra, hogy például a kistermelőkkel megismertessük, megtanítsuk az ilyen típusú megoldások használatára egyszerűen, érthetően és gyorsan. (Például, hogy képezzünk gyorsan vonalkódot a termékre, hogy az pontosan és gyorsan azonosítható legyen és egyben általában feltétele annak, hogy kereskedelmi forgalomba kerüljön. Vagy, hogy miképpen és milyen megoldásokkal használhatja a QR kódot a fogyasztók hatékonyabb tájékoztatására.)

Kereskedők esetében mind a kereskedelmi/logisztikai folyamataik (beszerzés, belistázás, raktározás, stb.) számára mind pedig az értékesítési folyamataikhoz elengedhetetlen a teljes körű és megbízható információk megléte a termékekkel kapcsolatban. Célunk, hogy a kereskedő számára a gyártók egységes módon, a lehető legköltséghatékonyabb módon elérhetővé tehessék a szükséges információkat és a kereskedők pedig egyetlen forrásból kaphassák meg ezeket az információkat. Jelentősen javítva ezzel a folyamataik hatékonyságát és a fogyasztók tájékoztatását (például: online értékesítés, ahol minél több és megbízható információ áll rendelkezésre annál jobb, és annál nagyobb az értékesítési volumen.)