

CSONTOS Csaba

Nestlé Hungária Kft (Nestlé Hungária Ltd.)  
H-1013 Budapest, Ybl M. tér 8.  
e-mail: csaba.csontos@hu.nestle.com

## TÁPLÁLKOZÁSI IRÁNYTŰ, A FOGYASZTÓK „NAVIGÁCIÓS” ESZKÖZE

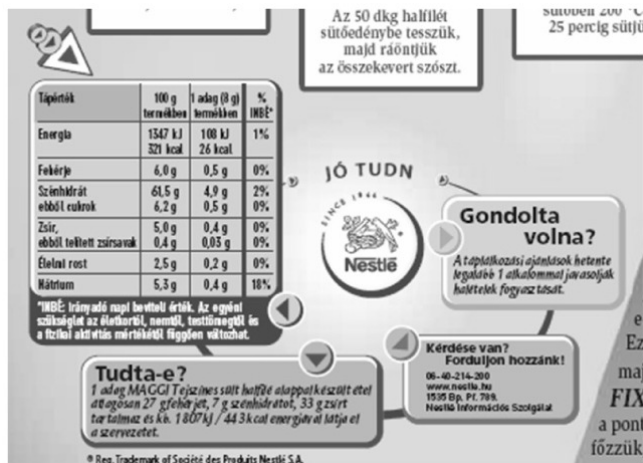
NUTRITIONAL COMPASS ©, THE NAVIGATION TOOL OF THE  
CONSUMERS

A Nestlé a világ legnagyobb élelmiszergyártójaként célul tűzte ki, hogy a táplálkozással és az egészséggel kapcsolatos ismereteit partnerként osztja meg fogyasztóival. 1867 óta, amikor Henry Nestlé, a vállalat névadó alapítója feltalálta a Farine Lactée tápszert, a Nestlé folyamatosan a kutatást, a tudományos ismeretek bővítését és gyakorlati alkalmazását helyezte előtérbe. A tudás alapú fejlesztési koncepció, hogy a vállalat mintegy „DNS-ként” hordozza és „örökíti át” generációról generációra a tudásbázisú működés filozófiáját. Ez tette és teszi a Nestlét sikeressé és emeli ki a céget a versenytársai közül.

A Nestlé számára a tudás megszerzése, a kutatásokból származó és a termékfejlesztésben megmutató versenyelőnyök nem csupán az üzleti haszon maximalizálásában jelennek meg. A vállalat filozófiájának és működésének szerves része a megteremtett értékek megosztása a Nestlét körülvevő közösséggel, társadalommal (Creating shared value). Ilyenformán a Nestlé által felhalmozott tudásból, mint értékből a fogyasztók is részesedhetnek. Egyrészt úgy, hogy folyamatosan fejlesztett és megújított élelmiszerekhez juthatnak, amelyek tápanyag-összetételét tudományos vizsgálatokkal ellenőrzik és tökéletesítik. Másrészt ez a tudás a fogyasztókhöz szóló információkban is megjelenik. Ezek az információk pedig segítik a vásárlókat a tudatos fogyasztói döntések meghozatalában és abban, hogy kiegyensúlyozottan és változatosan étkezzenek és jó minőségű, megbízható termékeket fogyasszanak.

A Nestlé e tudás fogyasztói kommunikációba történő beépítésének egyik elemeként fejlesztette ki a táplálkozási iránytűt (*nutritional compass* ©). A 2005-ben kidolgozott, majd ugyanabban az évben globálisan bevezetett rendszer lényege, hogy a táplálkozáshoz és az életmódhoz kapcsolódó érdekességekkel, tanácsokkal, tippekkel a téma különböző aspektusaiban egyszerre segítse a fogyasztó eligazodását. A táplálkozási iránytű (*nutritional compass* ©) kifejlesztésekor alapvető szempont volt, hogy a fogyasztó miközben a táplálkozás több aspektusáról kap információt, a szisztéma mégis maradjon könnyen áttekinthető és vizuálisan is konzisztens egységet alkosson.

A rendszer kidolgozói az egységes látómező, vagyis a könnyű áttekinthetőség megteremtésére a négy égtájat jelző iránytű mintáját vették alapul. A tervező a tájékoztató felületen használt nyílhegy szimbólumokat az egymáshoz logikailag kapcsolódó információs panelekre irányította és a nyilak irányával egyfajta olvasási sorrendet sugallt. Fontos feladat, hogy a tájékoztató szövegek egymásra épülő, egymást segítő információhalmazt alkosson és egységes, a fogyasztót orientáló üzenetté váljanak. A rendszer egyik kulcseleme, hogy a vállalat ezen a felületen tünteti fel elérhetőségét. Az információs szolgálat és azon túl a vállalat szakértői csapata (ebben van dietetikus és élelmiszermérnök szakember is) nem csupán reklamációs kérdésekben áll a fogyasztók rendelkezésére, de kész és képes táplálkozási tanácsokkal is segíteni a fogyasztókat. Az iránytű az 1. ábrán látható.



1. ábra Táplálkozási iránytű (Nutritional compass) Fig. 1

A különböző és más-más színnel elkülönített panelek különböző típusú üzeneteket tartalmaznak. A tápérték táblázat súlyegységre és adagra lebontva is tájékoztat a termék legalapvetőbb tápanyag-összetevőinek mennyiségéről. Ez a táblázatrész az elmúlt évtől kibővült az Irányadó Napi Beviteli Érték, vagyis az INBÉ (angol nevén GDA = Guideline Daily Amount) információval is. Ez a tájékoztatás, amelyet a legnagyobb élelmiszer-gyártók európai koalíciója alkotott meg, abban segít a fogyasztónak, hogy könnyen ki tudja számítani napi energia- és tápanyag-bevitelét és az adott termék azon belüli napi arányát.

A „Tudta-e?” kérdéssel jelzett felületen a vállalat olyan, a termékre vonatkozó információt helyez el, amely nem evidens a fogyasztó számára, de a cég szakemberei, termékfejlesztői, kutatói, dietetikusi tudnak a termékről. Ezek az információk vonatkozhatnak a termék összetételére, valamely esetleg kevésbé ismert, de tudományosan bizonyított kedvező tulajdonságaira, esetleg valamilyen kevésbé ismert technológiai tényre. Ez utóbbira lehet példa, amikor egy termékkel kapcsolatban az a tévhit él a fogyasztókban, hogy abban sok a tartósítószer, miközben a termék gyártása nem igényli a tartósítószer használatát, így a termék nem is tartalmaz ilyen anyagokat. Ez a panel tehát mindenképpen felvilágosító, ismeretbővítő jellegű információk elhelyezését teszi lehetővé.

Hasonló tudásbővítő szerepe van a „Gondolta volna?” kérdéshez kapcsolódó tájékoztatásnak. Ezen a felületen a terméken túlmutató táplálkozási és életmód tippek, tanácsok, illetve információk helyezhetőek el. Például a különböző élelmiszer-kategóriák, zöldségek, halak stb. ajánlott fogyasztási gyakorisága vagy az adott termék energiatartalmának „elhasználására” szánt sporttevékenység időtartama kerülhet ide. Ez az információs blokk kifejezetten ismeretterjesztő jellegű, egyúttal az adott terméket a kiegyensúlyozott táplálkozás és a helyes életmód szélesebb összefüggésébe helyezi.

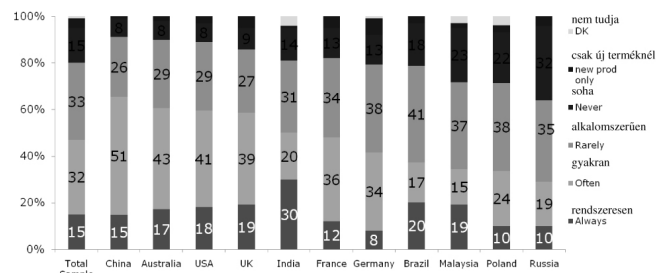
A „Kérdése van? Forduljon hozzánk!” címszó alatt szereplő felületen a cég a saját elérhetőségeiről tájékoztat. A kérdésbe és felszólításba „csomagolt” biztatás, különösen a többi érdekességgel együtt arra bátorítja a vásárlókat, hogy lépjenek kapcsolatba a termék gyártójával: kérdezzenek, kérjenek tájékoztatást, tanácsot.

A táplálkozási iránytű (nutritional compass ©) vizuális megjelenítésével, áttekinthetőségével igyekszik navigálni és aktivitásra, tájékozódásra biztatni a fogyasztókat. A vállalat partnernek, tájékoztatandó, eligazítandó érintettnek tekinti vevőit, akik az első felmérések eredményei alapján ezt a kezdeményezést kedvezően fogadták. A Nestlé megbízásából 11 országban készült felmérés 2007-ben az iránytű fogadtatásáról. Elsősorban a nagyobb lélekszámú országok kerültek be a vizsgálatba, így:

- Ausztrália,
- Brazília,
- Franciaország,
- Németország,
- India,
- Kína,
- Malajzia,
- Lengyelország,
- Oroszország, az
- Egyesült Királyság és az
- Amerikai Egyesült Államok.

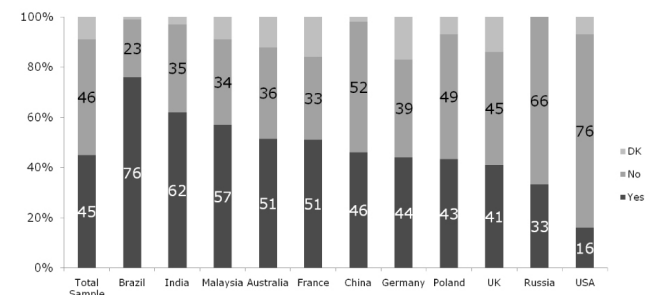
A 11 ország közel tízezer fogyasztóját kérdezték meg. Az alábbiakban néhány releváns kérdésre adott válaszok összesített eredményét ismertetem.

A 2. ábrán látható, hogy a fogyasztók milyen gyakorisággal nézik meg a csomagolás hátoldalán található táplálkozási információkat.



2. ábra A csomagolás hátoldalán lévő információkról való tájékozódás gyakorisága (Frequency of information pick up from the back-side of packaging) Fig. 2

A következő kérdés arra irányult, hogy mennyire nyújt segítséget az eligazításban az iránytű (3. ábra).



3. ábra Az iránytű megítélése a hasznossága alapján (Judgement of nutritional compass by utility) Fig. 3

A kutatás egyértelműen igazolta, hogy a fogyasztók jelentős része, mindenféle külön kampány és figyelemfelkeltő akció nélkül is rendszeresen megnézi a csomagoláson található információkat. (A minta 15%-a mindig megnézi, 32%-a gyakran megnézi.) A megkérdezetteknek 60%-a állította, hogy a táplálkozási iránytűt hasznosabbnak találta, mint a többi hasonló jelölési kezdeményezést. Ha ezt az állítást („jobbna találta, mint...”) a vállalat szempontjából semleges értelmezési térbe helyezzük,

akkor is jól látható, hogy a táplálkozási iránytűt (*nutritional compass* ©) a fogyasztók elfogadták, azt pozitív kezdeményezésnek tekintik és szívesen használják. A vállalat meggyőződése, hogy ezzel a rendszerrel (amely immár kiegészül az INBÉ/GDA szisztémával is), egy komplex, mégis jól kezelhető eszközt tud adni a fogyasztók kezébe. A Nestlé bízik abban, hogy ez az önkéntes kiegészítő jelölési rendszer a helyes táplálkozási döntések irányába navigálja a vásárlókat.