

## RECENZÍÓK

## Cikkismertetés: A szupermarketek promóciói Nyugat-Svédországban összeegyeztethetetlenek a skandináv táplálkozási ajánlásokkal

*Article review: Supermarket promotions in Western Sweden are incompatible with Nordic dietary recommendations*

Ismertető: [Devosa Iván](#)

Doi: [10.58701/mej.13250](https://doi.org/10.58701/mej.13250)

**Ismertetett cikk:** Mjöberg, M., Lissner, L. & Hunsberger, M. Supermarket promotions in Western Sweden are incompatible with Nordic dietary recommendations and differ by area-level socioeconomic index. *BMC Public Health* 23, 795 (2023). <https://doi.org/10.1186/s12889-023-15729-1>

**Kulcsszavak:** élelmiszerreklám; táplálkozási irányelvek; Svédország; szupermarket; egészséges táplálkozás  
**Keywords:** food advertising; nutrition guidelines; Sweden; supermarket; healthy diet

### ELŐZMÉNYEK

A nagy áruházláncok heti rendszerességgel készítenek reklámokat az élelmiszerek népszerűsítésére és a fogyasztói vásárlások befolyásolására. Ezáltal a hirdetések széles fogyasztói elérése lehetőséget kínál az étrendi ajánlásokkal összhangban lévő élelmiszerek népszerűsítésére. Az ismertetésre kerülő tanulmány célja az volt, hogy megvizsgálja a szupermarketek heti élelmiszerreklámjainak egészségügyi minőségét Svédország nyugati régiójában, figyelmet fordítva a kedvezőbb és kevésbé kedvező társadalmi-gazdasági indexű területekre.

### MÓDSZERTAN

Svédország nyugati régiójában 2020. március 2. és 29. között hét áruházláncot képviselő, 122 egyedi üzlet heti reklámjainak elemzését végezték el. Az élelmiszerreklámokat a skandináv táplálkozási ajánlások és az Egészségügyi Világszer-

vezet (WHO) Európai Regionális Irodájának tápanyagprofil-modellje alapján kategóriákba sorolták, és a „legegészségesebb”, „egészséges”, „egészségtelen” és „legegészségtelenebb” kategóriákba sorolták. Az egyes üzletek helyének osztályozásához egy átlagos társadalmi-gazdasági indexet használtak, hogy meghatározzák, a „legegészségtelenebb” élelmiszerek aránya különbözik-e a kedvezőbb és a hátrányosabb társadalmi-gazdasági indexű területek között.

### EREDMÉNYEK

Csaknem harmincezer élelmiszert elemeztek. Az akciók kétharmada a „legegészségtelenebbnek” és „egészségtelennek” tartott élelmiszercsoportokba tartozott. A „legegészségtelenebb” élelmiszercsoportban a „cukorban gazdag italok és élelmiszerek” a promóciók mintegy 23,0%-át tették ki. A hátrányosabb társadalmi-gazdasági indexű területeken 25%-kal nagyobb eséllyel tartoztak a „legegész-

ségtelenebb” csoportba (OR: (Odds Rate/Esélyhányados): 1,25, CI (Confidence Level/Megbízhatóság: 1,17, 1,33). Ezt az összefüggést a kutatók azzal magyarázták, hogy az áruházak milyen szupermarketláncokhoz tartoztak.

## KÖVETKEZTETÉSEK

Az eredmények azt mutatják, hogy a svéd szupermarketek a skandináv táplálkozási ajánlások szerinti osztályozás tekintetében az „egészségtelen” élelmiszerek nagy arányát népszerűsítik. Azt is megfigyelték, hogy bizonyos nemzeti szupermarketláncok hajlamosak arra, hogy üzleteiket a hátrányosabb gazdasági helyzetű területeken helyezték el, és heti reklámjaikban nagyobb arányban népszerűsítik az egészségtelen élelmiszereket, mint az előnyösebb gazdasági helyzetű területeken. A tanulmány végén a kutatók megállapítják, hogy sürgősen szükség van arra, hogy a szupermarketek a promóciókat az egészségesebb élelmiszerek irányába tereljék.

## AJÁNLÁS

A Svédországról szóló tanulmányban feltárt probléma hazánkban is ismert, azaz az alacsonyabb gazdasági helyzetben lévő településeken fokozottabb az egészségtelen, olcsóbb élelmiszerek fogyasztása. Ellentétben a svéd helyzettel, Magyarországon pozitívum az, hogy 2011. szeptember elseje óta rendelkezésünkre áll a népegészségügyi termékadó (neta) rendszere, amellyel az egészségpolitika be tud avatkozni ezen, az egészségre – tartós fogyasztás esetén – káros élelmiszerek kereskedelmébe. 2024. januárjától bővül is e termékek köre. Jelenleg a népegészségügyi termékadót az alábbi termékek után kell megfizetni: üdítőital, energiatital, előrecsomagolt cukrozott készítmény, sós snack, ételízesítő, ízesített sör, alkoholos frissítő, gyümölcsíz, alkoholos ital, csemege, előrecsomagolt édes, sós tészta. 2022. július elsejétől a neta hatálya alá esik minden olyan termék, amely bármilyen mennyiségben hozzáadott cukrot tartalmaz (NAV, 2023).

## HIVATKOZÁSOK

Nemzeti Adó- és Vámhivatal: Népegészségügyi termékadó (53. füzet)  
[https://nav.gov.hu/pfile/file?path=/ugyfeliranytu/nezzen-utana/inf\\_fuz/2023/53.-informacios-fuzet--nepegeszsegugyi-termekado](https://nav.gov.hu/pfile/file?path=/ugyfeliranytu/nezzen-utana/inf_fuz/2023/53.-informacios-fuzet--nepegeszsegugyi-termekado) (2023.11.23)

## INFORMÁCIÓK A SZERZŐRŐL

Devosa Iván  
Károli Gáspár Református Egyetem, Pedagógiai Kar, Kecskemét  
[ivan@devosa.hu](mailto:ivan@devosa.hu)

## CIKKINFORMÁCIÓK

Beküldve: 2023. 11. 23.  
Elfogadva: 2024. 01. 08.  
Megjelentetve: 2024. 03. 11.

Copyright © 2023 Devosa Iván. Kiadó: Magyar Népegészségügy Megújításáért Egyesület. Ez egy nyílt hozzáférésű cikk a CC-BY-SA-4.0 licenstszerződés alapján.