



Ikt. sz.: MGB-41/17-2/2019/SZ.

SZ-2/2019. sz. ülés
(SZ-4/2018-2022. sz. ülés)

J e g y z ő k ö n y v

az Országgyűlés **Mezőgazdasági bizottsága**
Szőlő-, bor-, pálinka albizottságának
2019. július 1-jén, hétfőn, 9 óra 39 perckor
a Képviselői Irodaház V. emelet 528. számú tanácstermében
megtartott üléséről

Tartalomjegyzék

<i>Napirendi javaslat</i>	3
<i>Az ülés résztvevői</i>	4
<i>Az ülés megnyitása, a határozatképesség megállapítása, a napirend elfogadása</i>	5
<i>Tájékoztató a bormarketing-tevékenység új borarculati koncepciójáról</i>	5
<i>Elnöki bevezető</i>	5
<i>Gál Zsombor tájékoztatója</i>	6
<i>Kérdések, hozzászólások</i>	12
<i>Gál Zsombor válaszai, reflexiói</i>	16
<i>Tájékoztató a 2018. és 2019. I-VI. havi borexport, -import adatok alakulásáról, különös tekintettel a lédig tömegborokra vonatkozóan</i>	22
<i>Tarpataki Tamás tájékoztatója</i>	22
<i>Kérdések, hozzászólások</i>	24
<i>Tarpataki Tamás válaszai, reflexiói</i>	29
<i>Tájékoztató a szüretre való felkészülésről, az új borpiaci intézkedések bevezetéséről, továbbá a borszőlő-felvásárláshoz kapcsolódó piacszervezési intézkedésekről</i>	32
<i>Tájékoztatók</i>	32
<i>Tarpataki Tamás</i>	32
<i>Dr. Brazsil Dávid</i>	33
<i>Kérdések, hozzászólások</i>	35
<i>Válaszok, reflexiók</i>	39
<i>Egyebek</i>	43
<i>Az ülés berekesztése</i>	43

Napirendi javaslat

1. Tájékoztató a bormarketing tevékenység új borarculati koncepciójáról
Előadó:
Gál Zsombor, a Magyar Turisztikai Ügynökség bormarketingért felelős vezető szakértője

2. Tájékoztató a 2018. és 2019. évi I-VI. havi borexport, -import adatok alakulásáról, különös tekintettel a lédig tömegborokra vonatkozóan
Előadó:
Tarpataki Tamás, az Agrárminisztérium agrárpiacért felelős helyettes államtitkára

3. Tájékoztató a szüretre való felkészülésről, az új borpiaci intézkedések bevezetéséről, továbbá a borszőlő felvásárláshoz kapcsolódó piacszervezési intézkedésekről
Előadók:
Tarpataki Tamás, az Agrárminisztérium agrárpiacért felelős helyettes államtitkára
Dr. Brazsil Dávid, a Hegyközségek Nemzeti Tanácsa főtitkára
Hajdu Zoltán, a Hegyközségek Nemzeti Tanácsa szakmaközi részlegvezetője

4. Egyebek

Az ülés résztvevői

Az albizottság részéről

Megjelent

Elnököl: **Font Sándor** (Fidesz), az albizottság elnöke

Dr. Steinmetz Ádám (Jobbik)

Helyettesítési megbízást adott

Czerván György (Fidesz) Font Sándornak (Fidesz)

A Mezőgazdasági bizottság titkársága részéről

Horváth Zoltánné bizottsági főmunkatárs

Dr. Dobos Evelin bizottsági munkatárs

Meghívottak

Hozzászólók

Tarpataki Tamás helyettes államtitkár (Agrárminisztérium)
Dr. Brazsil Dávid főtitkár (Hegyközségek Nemzeti Tanácsa)
Gál Zsombor vezető szakértő (Magyar Turisztikai Ügynökség)
Szabó Gábor pénzügyőr alezredes, főosztályvezető-helyettes
(Nemzeti Adó- és Vámhivatal)
Rókusfalvy Pál elnökségi tag (Vindependent)
Tornai Tamás (Magyar Szőlő- és Bortermelők Szövetsége)

Megjelent

Ágoston Krisztián pénzügyőr alezredes, osztályvezető (Nemzeti Adó- és Vámhivatal)
Gál Péter főosztályvezető (Agrárminisztérium)
Dr. Hajdu Istvánné egyetemi tanár
Hajdu Zoltán szakmaközi részlegvezető (Hegyközségek Nemzeti Tanácsa)
Oláh László ügyvezető (Magyar Szőlő- és Bortermelők Szövetsége)
Dr. Prónay Bence tanácsadó (Vindependent)

(Az ülés kezdetének időpontja: 9 óra 39 perc)

Az ülés megnyitása, a határozatképeség megállapítása, a napirend elfogadása

FONT SÁNDOR (Fidesz), az albizottság elnöke, a továbbiakban ELNÖK: Jó napot kívánok! Elnézést kérek a késésért! Szeretettel köszöntöm az albizottság tagjait, köszöntöm a munkánkat segítő tisztviselőket, és köszöntöm mindazokat, akik meghívást kaptak albizottságunk ülésére! A napirendi pontok tekintetében javaslatot tettem, ennek a formális, egyetlen döntéshozatalt igénylő részéhez értünk, amelyben meg kell kérdeznem, hogy ki az, aki támogatja ezt a napirendtervezetet. Aki igen, az kézfeltartással jelezze! – ezt mint bizottsági tagok tesszük meg. (Szavazás.) Ezt egyhangúlag elfogadtuk. Ezek szerint fogunk haladni. Szokásunknak megfelelően az érdemi napirendi pontok mellett mindig feltüntetjük az egyebeket, mert néha az egyebekben jön elő a legizgalmasabb kérdés, úgyhogy ne fékezze magát senki se, hogyha a három napirendi pont mellett a negyedikben, az egyebekben esetlegesen olyan témát szeretne felvetni, amely az albizottságunk ülését érdekelheti!

Tájékoztató a bormarketing tevékenység új borarculati koncepciójáról

Elnöki bevezető

Az első napirendi pontban a bormarketing tevékenység új arculatáról szeretnénk majd meghallgatni a Magyar Turisztikai Ügynökség képviseletében jelen lévő Gál Zsombort, akit köszöntök. Megjegyzem, hogy erre a napirendi pontra már kísérletet tettünk az utolsó, még a tavaszi albizottsági ülésünkön, akkor sajnos a Turisztikai Ügynökség nem tudta magát képviseltetni, ezért tértünk most vissza erre a napirendi pontra.

Hadd jegyezzem meg, hogy létezik egy Agrármarketing Centrum, amelynek a nevében benne van a „marketing” szó, de a feladatleosztásnál a kormányhatározat mégis úgy döntött, hogy a Magyar Turisztikai Ügynökségnél marad a bormarketing, az arculatépítés és nem is tudom, még hányféle fogalmi kör, ezért ez a kettősség sokszor vitában jelenik meg, hogy melyik csapatnak mi is a feladata tulajdonképpen ebben a kérdéskörben, és ez sokszor zavart okoz a szakmai kollégák körében, mert úgy gondolják, hogy ha van egy Agrármarketing Centrum, akkor miért nem oda tartoznak az ilyen kérdéskörök is. Úgyhogy szeretném, ha majd ilyen kérdésekben is kifejtenék nekünk a véleményét az Ügynökség képviseletében jelen lévő Gál Zsombor, és különösen kíváncsiak lennénk arra is, hogy a szakmai ágazati minisztériummal, ez esetben az Agrárminisztériummal, netán az ott lévő Agrármarketing Centrummal kapcsolatosan milyen együttműködések terveznek, mert mégiscsak arról van szó, hogy az érthető, hogy van egy Magyar Turisztikai Ügynökség, amelyben talán a legnagyobb szakmai nevek, személyiségek sorakoznak fel az Ügynökség irányítása és a munkatársaik körében, ebben nagyon bízunk, hogy ez tényleg így van, de létezik egy nagy szakmai szervezeti háló, sok-sok borászati egyesület, szőlész-borász egyesület és maga az Agrármarketing Centrum, maga a Hegyközségek Nemzeti Tanácsa és természetesen maga az Agrárminisztérium, amely meg az egész életét rászánta arra, hogy ezzel a területtel foglalkozzon, mármint a szőlész-

borászattal, és lehet, hogy nekik is vannak ilyen földön járó gyakorlati elképzeléseik, hogy miket kellene tenni ebben az arculatépítésben, nem elvonva a Magyar Turisztikai Ügynökség jogát ennek a feladatnak a végrehajtásától. Én erről szeretném kérdezni, hogy ilyen típusú együttműködés van-e, létezik-e, időszakos, véletlenszerű, rendszeres, felállítottak-e esetleg valami konzultációs csapatot – lehet, hogy teljesen laikus kérdéseket teszek fel, már elnézést, így vitaindítónak –, illetve hogyan lehet beintegrálni azt a tudást, amit évek alatt és történelmi okoknál fogva az előbb említett kör azért valamilyen szinten mégiscsak felhalmozott? Köszönöm szépen, hogy megengedték ezt a néhány gondolatot.

Megadom a szót akkor Gál Zsombornak a Magyar Turisztikai Ügynökség részéről.

Gál Zsombor tájékoztatója

GÁL ZSOMBOR vezető szakértő (Magyar Turisztikai Ügynökség): Köszönöm szépen. Sok szeretettel köszöntök én is mindenkit! Az arculatot egy prezentáció keretében mutatom majd be, odaadom hozzá a pendrive-ot. Előjáróban tényleg csak egy pár szót mondanék, reflektálva a kérdésekre.

Először is nagyon szépen köszönöm, megköszönöm a szervezet nevében is a meghívást az ülésre. Én úgy gondolom, hogy egy kicsit mi is megkértünk a kapcsolatfelvétellel, hogy a bizottsággal már korábban fel kellett volna vegyük a kapcsolatot. Sajnos a múltkori találkozóra való felkérés hozzánk, mármint a szervezetben a szakmai területhez nem jutott el, nem tudom, lehet, hogy a vezérigazgatóságra lett megküldve a levél, nem tudom, hogy mi történt, de hozzánk csak később jutott el ennek a híre. Hogyha megoldható a jövőben, hogy Szabó Áron igazgató kollégámnak, illetve nekem közvetlenül is érkezzen a megkeresés, az a praktikusság szempontjából jó lenne, biztos, hogy úgy sokkal hamarabb célba ér.

A kommunikációt ott is erősítendő egyébként, hogy a magyar bor arculata és tulajdonképpen az állami bormarketing tevékenység folyamatosan egyeztetésre került már a kezdetek óta a szakmai szervezetekkel, a Hegyközségek Nemzeti Tanácsával, az Agrárminisztériummal, és 2017. március 1-jén lett bemutatva az a koncepció, amelyet a szakma vagy az ágazat úgy ismer, hogy a magyar bor értékpiramisa. Ezt a koncepciót folyamatosan egyeztettük a Hegyközségek Nemzeti Tanácsával, sőt együtt lett kidolgozva a koncepció, és azon belül lett megfogalmazva az az irány, amelynek most született meg a gyümölcse, hogy hozzunk létre egy ernyőmárkát, hozzunk létre egy márkakoncepciót a magyar bornak, ami azt a célt hivatott szolgálni, hogy ezzel kommunikáljuk nemcsak állami szinten, hanem ágazati szinten egységesen és közösen a magyar bort.

Ezzel kapcsolatban születőben van egy együttműködési megállapodás, vagyis egy tervezet, amit a szakmában érintett minden szervezettel szeretnénk elfogadtatni, elfogadni és elfogadtatni. Ebben benne van a Hegyközségek Nemzeti Tanácsa, az Agrárminisztérium, a Külgazdasági és Külügyminisztérium és az Agrárminisztérium révén az Agrármarketing Centrum, tehát minden olyan szervezet, amely praktikusán használni fogja a magyar borarculatot.

Egy olyan arculat született meg egyébként, amelyet szintén március 1-jén, idén március 1-jén jelentettünk be a Borjog és Bormarketing Konferencián, amelyre mindenki, az elmondott szervezetek száz százalékban

áldásukat adták, tehát tényleg létrejött valami olyan arculat és olyan teljes üzenetiség, amit mindenki elfogadott – ez egy elég biztató dolog.

Nem rabolnám tovább a szót, bemutatnám akkor ennek a koncepciónak az elemeit. Nem tudom, mennyi időm van? Mert akkor úgy tervezek.

ELNÖK: Mennyire tervezte?

GÁL ZSOMBOR vezető szakértő (Magyar Turisztikai Ügynökség): Ez egy körülbelül 15-20 perces előadás.

ELNÖK: Annyi feltétlenül van!

GÁL ZSOMBOR vezető szakértő (Magyar Turisztikai Ügynökség): Jó.

ELNÖK: Ha már összejöttünk, akkor szánjunk rá ennyi időt, mert egy stratégiai kérdéstről van szó, ha jól érzekelem.

GÁL ZSOMBOR vezető szakértő (Magyar Turisztikai Ügynökség): Hova kell betennem a pendrive-ot? (*Fodor Tímea, a bizottság munkatársa elindítja a projektort.*) Köszönöm szépen. (*A tájékoztatót a továbbiakban vetítés kíséri.*)

Az elején egy kicsit beszélnék magáról az arculatról, hogy hogyan jött ezt létre, és mi az egésznek a lényege. A tervezője Ipacs Géza, egy olyan grafikus, aki a karrierje nagy részében bor- és gasztronómiai arculati elemeket, címkéket, csomagolásokat, webdizájnokokat tervezett különböző borászatoknak. Mi előjáróban elkezdtünk már dolgozni ezzel az arculattal, sok turizmusban is érintett tervezővel dolgoztunk, és azért esett rá a választás, mert nem találtunk olyan tervezőt, aki igazán össze tudta volna egyeztetni a grafikai tudását a boros tudással, aki igazán megértette volna a kreatív vonal mellett azt, hogy miről is szól a magyar borágazat, és melyek azok a mondanások, amelyek működhetnek. Mi azt kértük a tervezőktől, a tervezőtől, hogy egy olyan arculatot és nemcsak arculatot, hanem teljes márkakoncepciót tervezzen, amely hosszú távon használható, és elsősorban egyedi kommunikációs elemeket tartalmaz, a világban is egyediséget sugall, másodsorban pedig abszolút mértékben valós tartalmat mutat a magyar borról, tehát nem egy légből kapott mondanás, hanem a valóságról szól, arról, ami már most, jelenleg megvan, tehát nem egy jövőbeli kommunikáció. Végül Ipacs Géza tudta abszolválni ezt a munkát.

Egy olyan koncepcióról van szó, amely egy kicsit szakít a világban bevett két iránnyal, amelyek közül az egyik a terroir kommunikáció, a termőtáj-kommunikáció, a világban nagyon sok helyen rendkívül gazdag, rendkívül színes a termőtáj, és nagyon sokan ezt kommunikálják – abszolút jogosan. Mi úgy éreztünk, hogy ebben szakmailag tudunk mutatni újdonságot, hisz a magyar termőtáj egyedi, viszont egy ilyen leegyszerűsített kommunikációban, dizájnban, rövid üzenetekben nem lehet nagyon újat felmutatni a világnak. A másik irány pedig a fajtasokszínűség, a szőlőfajták. Ezen még körülbelül két-három éve nagy viták voltak az ágazatban, hogy melyek azok a fajták, amelyek a legjobban tudják képviselni Magyarországot, az is kiderült ebből, hogy nem létezik egy-két szőlőfajta, amivel meg lehet fogni a magyar bort, éppen ezért nem is erre az irányra esett a választás.

Ami nagyon kirajzolódott a magyar borban és a magyar bor mögötti háttérben, az az, hogy van egy elem – csúnya szóval –, az ember, aki az egész filozófiáját adja a magyar borászkodásnak, aki a 90-es évektől kezdve, mióta újjászületett a magyar bor, nagyon erősen jelen volt a regionális, borvidéki borok kialakulásában, tényleg egy jelentős lábnyomot hagyott a magyar boron, és mind a mai napig nagyon fontos szerepe van. Tulajdonképpen el lehet azt mondani, hogy a magyar bor legnagyobb mozgatóereje a magyar borász, és ez az, amit Géza is megfogott. Nincs tehát a termőtájnak, nincs a borvidéknek, nincs a szőlőfajtáknak olyan erős hatása a borkészítésre, mint magának a borásznak, tehát a magyar bor – így fogalmazta meg Géza – egyenlő a magyar borással.

Abban, hogy magyar borász, is volt még a kezdeteknél, a bemutatásnál egy kis félreértés, hogy ez kizárólag a borász személyét érintené. Ez így nem igaz, itt egy kicsit azért költői a dolog, mert nemcsak aki ott van lenni a pincében, és borászkodik, az tulajdonolhatja, vagy nemcsak nála lehet az egésznek a filozófiája, hanem lehet a birtokigazgatónál, az értékesítési vezetőnél, lehet a szőlésznél, szóval ez egy elvontabb fogalom.

Itt jön kicsit kibontva az üzenet, hogy a magyar bor fő üzenete maga az alkotó személy, aki mögötte van – ezt is jelenítjük meg a kreatív anyagokon, majd mutatok róla fotókat és alkalmazásokat. A hagyomány mint történet, ez a storytelling, a személyes történelem, így kapcsolódik be maga a hagyomány, szóval egy sokkal színesebb, sokkal modernebb, fiatalosabb olvasatban, mint a borász személyén keresztül történetmesélés. Aztán magával a borral kapcsolatos élmények, ez a személyes élmény, az élményátélés a turizmusban nagyon fontos, vagy hát... fontos is, illetve egy nagyon jó érvet hoz be a bor a magyar turizmusba, hogy a borral tényleg egy nagyon személyes élményt élhet meg az utazó egy borvidéken, egy turisztikai desztinációban. És ott van magának a vásárlónak a szempontjából is, hogy egy személyes választásról van szó, ami egy korábbi személyes élmény, hisz köthető egy személyes ismeretséghez a borással, és így jött ki a „Személyesen magyar bor” koncepció.

Grafikailag az volt az elvárásunk, hogy egy olyan dizájn jöjjön létre, amely a legkisebb felületeken is, például egy picit kitűzőn, egy ilyen kis pin kitűzőn is jól kiveszi magát, illetve az ágazatban megfogalmazódott az a kérdés, az az elvárás, hogy a közeli vagy a kicsit távolabbi jövőben ezt a szimbólumot feltegyük a bor kapszulájának a tetejére az osztrák példához hasonlóan, tehát mindenképpen egy ekkora felületen jól kivehető és egyértelműen magyar szimbólumra volt szükség, és arra, hogy bármerre forgatjuk, tehát ha a palack horizontálisan áll, akkor bármerre fordítva mindenhol magyar legyen ez a szimbólum, tehát ne forduljon meg a zászló olasszá vagy mássá, és akkor így jött ez a kokárda szimbólum. Egy kézzel készítetttségre utal ez az ecsetvonásos jelleg, vagy – ahogy Géza megfogalmazta – ez a borra hasonlít, ahogy a pohárban forog, a pohárban megfordul. Illetve maga a felirat is, hogy: „Magyar Bor, személyesen”, ilyen kézzel írott maga a „Magyar Bor” type-ja.

Így nézne ki applikációban, ilyen tervezetben a kapszula tetején. Ezt nyilván mindenféle kapszulaszínre meg kell tervezni, de ez a csúcsa az applikációnak, az arculat applikációjának.

Az angol verziója pedig akkor a „Personally wines of Hungary”. Itt is több javaslat volt, és szakmai lektorok segítségével választottuk ki végül, hogy ez az, ami szóban is talán a legjobb hangzású és a legjobban közelít az eredeti értelemhez, amit a „személyesen” takar. Kicsit a nyelvbéli különbségből fakad,

hogy vannak azért nüánsznyi különbségek a két szó között, de úgy néz ki, hogy bejön a nemzetközi szakmának is.

Most néhány applikációt mutatok róla.

Készülőben van a bor.hu, arról is mondok majd egy pár szót. A bor.hu-hoz logóként használnánk ezt a szimbólumot, amit esetleg partnerborászatok, borászatok is feltehetnek a saját weblapjaikra, és így rákattintva rá lehet irányítani a bor.hu-ra. Egy dugóhúzón így nézne ki.

Elkészült egy borkiadvány, és elnézést kérek, lehet, hogy egy pillanatra a kollégám meg fogja szakítani az ülést, be fog hozni ilyen kiadványokat, amelyeket az önök rendelkezésére bocsátunk.

Ez egy hirdetési applikáció. Itt az a fontos, hogy itt azért akarva-akaratlanul is belekerülünk azokba az eddig sokat került ilyen – hogy mondjam? – üzenetekbe, hogy személyeket reklámozzunk. Itt nem is pincészetekről van szó, hanem tényleg valós arcokat kell mostantól megmutatni, nem lehet most már csak szőlőfürtökkel meg nem borászathoz köthető pinceépületekkel vagy tényleg semleges üzenetekkel megfogni ezt az egészet, hanem arcokat, személyeket kell megmutatni, de úgy néz ki, hogy eddig nagyon jól sikerült ezt megugranunk.

Itt látható a kiadványból egy pár részlet, roll-upokon az applikáció. Elkezdtük befotóztatni a borvidékeket 2018-ban, azt hiszem, hogy egy borvidék hiányzik még, azt most augusztusban fotózza a fotósunk. Nagyon sok fotóanyag áll a rendelkezésünkre, és ezeket természetesen szeretnénk megosztani önökkel is, tehát a szakmai szervezetekkel is, illetve a készülő bor.hu-n is fenn lesznek majd a fotók egy letölthető formában. *(Gál Péter behozza és szétosztja a kiadványokat.)*

Most látható egy fotó, egy kép az idei ProWein Düsseldorf kiállításról. Ez volt az első nemzetközi megjelenése, egy elég nagyszabású megjelenése a magyar bornak, idén minden eddiginél nagyobb standdal, 320 négyzetméteren 39 borászattal állítottunk ki, és magát a személyességet a portrék mutatták be, amelyek lelógnak a mennyezetről. Ezek azok a borászok, emberek, akik a standon is részt vettek egyébként.

Természetes anyagokkal egy nagyon jó hangulatot varázsolt a stand, élőzene volt, kis falatkákat hoztunk be a tárgyalásokra a résztvevőknek, illetve napi három esetben főleg Master of Wine-okkal tartottunk előadásokat.

Itt pedig egy kis érdekesség látható: egy nagyon ismert francia pezsgőház tulajdonosa vette fel az arculatos kötényt a saját maga döntésére, és kérte, hogy készítsünk róla egy fotót, és küldjük fel a socialmedia-felületekre.

Még magáról a tevékenységről is tartanék egy kis prezentációt, amelynek hiányában azért nehéz megérteni, hogy mi is az, amire egyelőre tudjuk vagy fogjuk használni az arculatot. *(A számítógép tölti a következő előadás anyagát.)*

Hogyha van kérdés közben is, szerintem még van egy picit idő...

ELNÖK: Azt a végére hagynánk – úgy szoktuk.

GÁL ZSOMBOR vezető szakértő (Magyar Turisztikai Ügynökség): Jó. Tíz darabot hozattam be ebből a kiadványból, tudok még majd küldeni, hogyha valakinek szüksége lenne rá. Körülbelül még a jövő év közepe-végéig használnánk ezt a kiadványt, illetve készül mellette egy leafletszerű, A3-as méretű, összehajtogatható kiadvány, ennek a kis verziója, amit lehet szórni a

nagyközönségnek is. ...Közben nem tudom, mi történik a prezentációval, szerintem nagy a fájl.

Van a közepén egyébként – érdemes megnézni – egy bortérkép, amely szintén az elmúlt évben készült Molnár Ede András térképalapjára. Ez a térkép felválthatja a ma a szakma és az ágazat által használt térképet. Dizájnban, arculatban tényleg teljesen felújítottuk. Most készítjük ennek egy még frissebb változatát, amelyre felkerül a Magyar Turisztikai Ügynökség és a Hegyközségek Nemzeti Tanácsa logója is, illetve egy kicsit finomítottunk még rajta, azt is el fogjuk küldeni mindenkinek. *(Elindul a második prezentáció anyaga.)* Szuper!

Inkább azokról a dolgokról beszélnek, amelyekről még nem szóltam. Két irányba megyünk a magyar borral: belföldre, külföldre. Forrásokban az állami bormarketing azért elég sovány még, ezt meg kell hagynunk, és mi mindenképpen azon vagyunk, mármint a kis szakmai csapat az MTÜ-ben, hogy erre nagyobb forrást találjunk, szerezzünk, de ezekből a forrásokból egyelőre nagyon nagy közönségi kommunikációt nehéz készíteni, nehéz tervezni, amit lehet, az az edukáció. Próbálunk olyan aktivitásokat belföldön, amelyekkel elérjük azokat, akik tovább tudják adni a magyar bornak a hírét, a magyar bornak a szeretetét. Pont egy vagy két héttel ezelőtt volt a Pezsgő Június rendezvény, amelyen közel száz idegenvezetőnek nyújtottunk egy alapképzést a magyar borról, két DipWSET végzettségű szakemberrel. Illetve hasonló dolgokat csináltunk korábban is, ezután is szeretnénk csinálni. Az OMÉK-en volt például két éve egy megjelenésünk, ahol az odalátogatóknak nyújtottunk képzéseket a borról.

Azt szeretnénk elérni, hogy egy kicsit szofisztikálódjon a bornak a tudása itthon. Észrevettük, hogy azt a divatot, amit mondjuk létrehozott a borbárokultúra, a fröccsfogyasztás, azt most már csak úgy lehet elmélyíteni, hogyha tényleg egy szofisztikáltabb tudást adunk az embereknek, ha megismertetjük velük a szőlőfajtákat, a borvidékeket, mielőtt tényleg felfedeztetjük velük a hazai borosdesztinációkat.

Fontos, hogy minden kommunikációs anyagnál egységes dizájnnal jelenjünk meg, nemcsak mi, hanem az egész ágazat, amely a magyar bort mint ernyőmárkát használja – azért ez egy elég nagy feladat, hogy létre is hozzuk ezeket a grafikai anyagokat –, hogy mindenhol elkezdjen frissülni a magyar bornak a bemutatása. Ehhez állnak rendelkezésre az említett képi anyagok, mindenféle élő és csendélet formában, és tényleg a legfontosabb attribútumairól a magyar bornak, mint például a tokaji aszú, ami a csúcsa az értékpiramisnak, egy külön fotótár készül.

Bor-étel párosítások. Szintén rendkívül fontos, hogy a közönséget edukáljuk arról, hogy a bort hogyan lehet fogyasztani. Például a tokaji aszúnál ez egy nagyon releváns igény, hogy megmutassuk azt, hogy a tokaji aszút hogyan lehet fogyasztani, milyen új módokon lehet fogyasztani.

Itt látható az említett bor.hu-nak egy grafikai terve, illetve jobb oldalon a Facebook-oldalé, amely szintén a bor.hu-val együtt indulna. A tervek szerint nyáron szeretnénk elindítani, de nehéz egyébként konkrét dátumot mondani, mert mindig közbejön valami, ami miatt ezt csúsztatni kell. Most én úgy látom, hogy augusztus-szeptember környékére lehet készen ez a bor.hu. Ez lesz a magyar bornak a központi felülete, a keresőben az első oldallá szeretnénk tenni, hogyha valaki mondjuk beírja, hogy: „magyar bor” vagy „wines of Hungary”, ez angol és magyar nyelven is kész lesz, elkészül, és általános tudást fog nyújtani a magyar borról, illetve a borról a hazai

közönségnek, tehát a borkategóriák, a szőlőfajták, a bor-étel párosítás, a boretikett, a „fogyaszd mértékkel!”-hez szintén érveket ad. Illetve lesz benne egy borászatkereső, ahol térképes, Google-térkép alapú rendszerbe előbb-utóbb a borászatok nagy része felkerülne. Mindenkinek meghirdettük ezt a lehetőséget. Hogyha most felmennek a bor.hu weboldalra, azt a felületet, amelyen a borászatok tudnak regisztrálni, már meg tudják találni, tehát a regisztráció már elindult, itt az ágazat aktiválása egy kicsit hosszadalmasabb folyamat.

A most látható kisfilmet nem mutatnám végig, tényleg csak annyit, hogy belelássanak, hogy elkészült néhány olyan videó, amellyel népszerűsíthetjük ezt a személyes történetet, és ezeket a videókat szeretnénk gyarapítani. Illetve szeretnénk elkészíteni egy olyan kisfilmet, amely egy kicsit imázsfilmje az egésznek, tehát bármikor levetíthető, egy tömörített változat.

Most az említett bortérkép látható. Borrégiókba osztjuk most már a borvidékeket, de nemcsak külföldön, hanem belföldön is. Azt vettük észre, hogy sokkal jobban megfogható, sokkal könnyebben edukálható; ettől függetlenül beszélünk minden borvidékről, de hogy elkezdjük maguknak a borrégióknak a megismertetését. Ezért egyébként, szeretném felhívni a figyelmet, nagyon fontos, hogy ezek a borrégiók az ágazatban is egységesüljenek, hogy tényleg Felső-Pannon borrégiót kommunikáljunk, Duna borrégiót kommunikáljunk, mindenki egységesen.

Itt csak egy gondolat arról, hogy azért nem szeretnénk megölni az alulról jövő kezdeményezéseket a felülről jövő ernyőmárkával. Mindenkinek megadjuk a lehetőséget arra, hogy kialakítsa a személyes üzenetét, a személyes brandjét, hogy a borvidékek kialakítsák saját magukat, ezt mi valamilyen úton-módon szeretnénk inspirálni, támogatni is. Konkrétumokat erről nem tudok még mondani, de nagyon fontos az, hogy ez egy élő dolog legyen, és hogy a borvidékek is éljék ezt a dolgot, és a magukénak érezzék a marketinget.

Ez a nemzetközileg használt grafika.

A ProWine Asián voltunk most májusban, és ott arra lettünk figyelmesek, és nagyon megerősítő volt, hogy minél távolabb kerülünk az országtól, annál jobban megértik ezt az üzenetet, tehát annál kevésbé van meg az emberek fejében az a sokfajta mondané, üzenet, mindenféle rendszer, amivel mi nap mint nap küszködünk, és kicsit zavart okoz bennünk, hogy melyek azok a legjobb mondanéok, amelyekkel elő lehet jönni, mindig van, mindig lehet mást mondani vagy jobbat mondani, de külföldön, ahova teljesen tiszta lappal megyünk – és ilyen volt például Hongkong, egyből megértették, hogy miről szól ez, nem is nagyon kérdezgettek. Látták a logót, és egyből megértették, hogy, igen, piros-fehér-zöld, akkor az Magyarország, és hogy személyesen, personálly, akkor biztos az ember a lényeg a magyar bor mögött. Nagyon tetszett egyébként nekik.

Végül még annyit, hogy főleg nemzetközi téren, de hazai téren is nagyon fontos az, hogy a szakmával, a sajtóval megismertessük a borvidékeket, hogy beutazzassunk ide szakembereket. A képen Fongyee Walker, aki Kína első és máig egyetlen Master of Wine-ja, aki áprilisban tett látogatást Magyarországra, kilenc napot töltött itt, nagyon élvezte, és folyamatosan posztolta a közösségi felületekre. Volt olyan posztja, egy videóblogger, amely négyesmillió elérést generált Kínában. Mi úgy gondoljuk, hogy igaz, hogy nagyon nagy és nagyon távoli piac Ázsia, de felfedeztünk Kínában és egyébként Hongkongban is egy olyan piacot, amely rendkívül nyitott a

magyar borra, főleg a fiatalok találták meg ebben a fantáziát, és nagyon szeretnék többet megtudni, nagyon szeretnék ebben dolgozni. Azért ott bent van az a faktor, hogy akik borral foglalkoznak, szeretnék egyedülálló dolgot mutatni ott a saját közönségüknek, és a magyar bort ilyenek találják, tehát vannak, akik sokkal szívesebben foglalkoznak ott valami különlegességgel, mint a magyar borral, mint a nagynevű borvidékeknek a boraival.

Itt tényleg csak a mostani, fent lévő bor.hu-ról látható kép. Ez a regisztrációs felület bal oldalt, ott regisztrálhatnak a borászatok. Egy ilyesmi felületre kerülnek, ahol egyrészt a szolgáltatásokról lehet információt adni a fogyasztónak, az utazónak, természetesen az elhelyezkedésről alapadatokat, amelyeket itt nem jelenítettem meg, a borászatról képek, leírások, s a többi. Illetve statisztikai adatok vannak még itt, amelyeknek nagyon-nagyon hiányában vagyunk, ugyanis nincs igazi rálátásunk arra, hogy a borturizmus hol is áll, hogyan is áll valójában Magyarországon, erről csak becslések vannak. Tulajdonképpen ennyi, ezt sem mutatnám végig.

Ezeket a kisfilmeket egyébként megtalálják a bor.hu felületen, annak a jobb oldalán, úgy az ágazati riportokat is, mint ezeket a márkavideókat. Köszönöm szépen.

Kérdések, hozzászólások

ELNÖK: Én is köszönöm szépen. Meg szeretném kérdezni, hogy volt-e már alkalom arra, hogy a borszakmai képviselők meg az államigazgatási szervek vezetői kötetlenül beszélgettek önökkel, az MTÜ-vel vagy önnel erről a témáról, kötetlenül.

GÁL ZSOMBOR vezető szakértő (Magyar Turisztikai Ügynökség): Külön-külön igen, külön-külön volt ilyen.

ELNÖK: Azért kérdezem, mert az az érzésem, hogy ez lesz az első ilyen alkalom, valamiért ez az érzésem. Tehát az, hogy konferencián előadunk egy témát, más, ott a nézőközönségnek ritkán van lehetősége arra, hogy kérdezzen, és bennem már kezd bizseregni, hogy lehet, hogy akkor itt egy hosszabb napirendi pont fog most kerekedni, ahogy a jelenlévők arcát figyelem. Ezért arra teszek javaslatot, hogy ön most vegyen magához papírceruzát, mert ilyenkor a kérdéseket rá szoktuk önteni az előadóra (*Gál Zsombor odamegyek a helyemre. – Megtörténik.*), mindenkinek lehetőséget adunk – azért szeretem körbekérdeztetni az érdeklődőket, mert lehet, hogy az előző kérdező már megkérdezte azt, amit ő akart, tehát akkor rögtön tisztázzuk a kérdések irányultságát –, és a végén szoktam szót adni az előadónak, hogy reflektáljon az elhangzottakra, és utána esetleg rövid viszontkérdésekre kerülhet sor, hogyha a kérdező részére nem egyértelmű a kapott válasz. És most akkor így nyitom meg a hozzászólások, kérdések lehetőségét.

(*Jelzésre:*) Képviselő úr, Steinmetz Ádám!

DR. STEINMETZ ÁDÁM (Jobbik): Köszönöm szépen a szót, elnök úr, és tisztelettel köszöntök minden kedves megjelentet, az albizottság tagjait, a szakértőket, az érdeklődőket! Köszönöm szépen a szakértő úrnak az előadását, és ahhoz kapcsolódóan most akkor néhány kérdést kívánok feltenni.

A hazai borfogyasztás csökkenését és a borfogyasztási szokások változását bizonyára kutatták vagy elemezték az elmúlt években. Én kíváncsi lennék az ezzel kapcsolatos tapasztalataikra. Milyen mértékben mutatnak ezek változást '90 óta vagy az elmúlt tíz évben? Hogyha erre vannak adatai, megköszönném, ha tájékoztatna.

Ezen kívül említette, hogy – ha jól idézem – sovány költségvetéssel dolgoznak. Mennyi ez a költségvetés, és igazából ön szerint mekkora éves összegre lenne szükség ahhoz, hogy az elképzeléseiket, terveiket meg tudják valósítani?

Ezek után az általános kérdések után konkrét kérdésem lenne a BalatonBor ügyével kapcsolatban. Amikor elindult ez a regionális kezdeményezés, különböző célkitűzéseket fogalmaztak meg, ezek közül az egyik a régiós integrátori rendszer előmozdítása – hogy állunk ezen a téren? – , egy másik a stabil hazai és külföldi piacok kiépítése és nem utolsósorban a tó körüli termőterületek növelése, növekedése. Ezt hogy segítette elő a BalatonBor mint az első régiós márka? Mik a tapasztalatok, hogyan fogadta a piac, és hogyan fogadták a termelők ezt? Ott igazából ez egy ilyen közösségi bor, amely olaszrizlingen alapul. Ezekről a tapasztalatokról legyen kedves tehát beszámolni! Köszönöm szépen.

ELNÖK: További kérdés, észrevétel van-e? *(Jelzésre:)* Tornai Tamás!

TORNAI TAMÁS (Magyar Szőlő- és Bortermelők Szövetsége): Köszönöm a szót, elnök úr. Szeretném az előadótól megkérdezni, hogy mióta áll rendelkezésre ez a koncepció. Szeretném megkérdezni, hogy mennyire ismert az előadó számára a szőlő-bor ágazati stratégia. A szőlő-bor ágazati stratégiába egyértelműen bekerült, hogy milyen értékesítési irányokba milyen mennyiséget szeretne a magyar szőlő-bor ágazat értékesíteni. Milyen módon kapcsolódik ez a stratégia ehhez a tervezethez?

Azt is említette az előadó, hogy a szakmai szervezetekkel megtárgyalták a különböző anyagokat. Én a Magyar Szőlő- és Bortermelők Szövetségének képviselőjeként vagyok jelen, ezzel a szervezettel, ha jól tudom, akkor nem történt ilyen egyeztetés. Azt szeretném tehát tisztelettel kérni, hogy ne csak a HNT-vel, hanem a többi szakmai szervezettel is szíveskedjenek az egyeztetéseket majd elvégezni.

Szerintem nagyon jó a bor.hu, de azért ennél határozottabban kellene meghatározni, hogy az mikorra kerül bevezetésre, és egyértelművé kellene tenni a szőlő-bor ágazat szereplői számára, hogy meddig és milyen módon tudnak erre jelentkezni. Az teljesen jó, hogy megnyílt már ez, csak azt gondolom, hogy ehhez valamilyen zárási pontokat is kellene kapcsolni.

Hogyha jól sejtem az adatokból, akkor a magyar szőlő- és borágazat 3,5 millió hektoliter körüli bormennyiséget képes produkálni, ha elkezdék számolni, akkor valami olyasmi szám jön ki a számomra, hogy körülbelül 2 millió hektolitert értékesítünk. Hogyha az importtal is számolok, akkor az azt jelenti, hogy a magyar szőlő- és borágazat termelésének 50 százalékát exportra kellene értékesíteni. Én tehát azt gondolom, hogy nagyon fontos és hangsúlyos, hogy ennek az irányait próbáljuk meg a mérhető módon megtenni.

Azt is említette, hogy a rendelkezésre álló források szerények. Én azt gondolom, ilyen tekintetben is érdemes lenne rendet csinálni – egyébként az előadó ezt, azt gondolom, többször is, ha nem is ekként megfogalmazva, de

kifejtette. Azt gondolom tehát, hogy azokat a forrásokat, amelyek az ágazat számára rendelkezésre állnak akár a nemzeti boríték keretében, amiből lehet marketingre fordítani, ezeket célszerű lenne valamilyen módon egységesíteni.

Azt szeretném javasolni, mert az a legfontosabb..., tehát azt gondolom, hogy elindult egy irány, én ezt az irányt egyébként helyesnek tartom, csak azt gondolom, hogy a legfontosabb az, hogy ezt az irányt próbáljuk meg tartani. A múltbeli tapasztalat azt mutatja, hogy nagyon sokszor változtattunk, és léptünk vagy fordultunk egyik irányból a másikba. Én azt szeretném tisztelettel kezdeményezni, hogy ha a Magyar Turisztikai Ügynökség a gazdája a bormarketingnek, akkor azt gondolom, hogy ezen belül célszerű lenne létrehozni egy olyan szervezetet, egy olyan vállalkozást – amire a Turisztikai Ügynökségen belül már van példa –, amely kifejezetten a borral foglalkozik, tekintettel arra, hogy ha ez folyamatosan a költségvetéshez kapcsolódik, akkor azokat a kiállításokat, amelyekre be kell jelentkezni már az előző évben, és a költség majd a következő évben fog megjelenni, ezekben mindig megvan a bizonytalanság, hogy ezt hogyan tudják megtenni. Egyelőre ennyit, köszönöm szépen. *(Gál Zsombor: Köszönöm.)*

ELNÖK: Köszönöm szépen. Van-e további kérdés, észrevétel? *(Jelzésre:)* Brazsil Dávid!

DR. BRAZSIL DÁVID főtitkár (Hegyközségek Nemzeti Tanácsa): Köszönöm szépen, elnök úr. Az elhangzottakkal kapcsolatban lenne egy rövid észrevételem. Egyrészt itt nagyon sokszor keveredik az állami bormarketing és a közösségi bormarketing fogalma, és erre szeretnék egy nagyon picit rávilágítani. Az Európai Unióban nagyon szigorú szabályok vonatkoznak az állami mezőgazdasági marketingtevékenység végzésére, ezzel az elnök úr nálam sokkal jobban tisztában van, hiszen ez egy folyamatosan visszatérő problémát jelent úgy az AMC, mint a MTÜ tekintetében. Ez úgynevezett notifikációhoz kötött tevékenységet jelent, tehát az Európai Bizottsággal előzetesen jóvá kell hagyatni azokat a forrásokat és azokat a tevékenységeket, amelyekre az állami marketing, mezőgazdasági marketing vonatkozik, és pontosan ezért nagyon fontos véleményünk szerint a Magyar Turisztikai Ügynökség megjelenése, hiszen a bort nemcsak mint mezőgazdasági terméket kívánja bemutatni, hanem a magyar bort a magyar országimázs részévé szeretné emelni az előzetesen elhangzottak szerint.

Az állami bormarketing, tehát a közösségi marketing egy eleme, egy nem megkerülhető, egy nagyon fontos eleme, a Magyar Turisztikai Ügynökség nagyon sok mindennel tudja támogatni ezt a munkát, viszont ahogy Tornai Tamás úr is említést tett például a nemzeti borítékból való forrásfelhasználásról, azok mindig társfinanszírozott forrásokat jelentenek, tehát az Európai Unió ad hozzá például 50, más esetekben 70-80-85 százalékos támogatást, és ehhez az ágazatnak saját magának kell a másik lábat megteremtenie.

Szóba került az elhangzottakban az ágazati stratégia. Az ágazati stratégiát mi lefektettük, és jelenleg azon dolgozunk, hogy hogyan lehet ezt a lábat megteremteni, hiszen enélkül ezek a források nem lehívhatók az ország számára, mivel az Európai Unió szabályrendszerében nagyon fontos az, hogy a kettős finanszírozást tiltja az Európai Unió, tehát állami forrásból nem lehet kiegészíteni a termelői befizetéseket. Ezt nagyon komolyan ellenőrzi az Európai Bizottság, különböző számviteli, nemzetközi számviteli cégeknek adja

ki ilyenkor a könyvelések ellenőrzését, mint például a KPMG-nek és társainak – elnézést, hogy cégnevet mondtam, de szerintem mindenki előtt világosabb így –, tehát ahhoz, hogy ezekhez a forrásokhoz hozzáférjünk, és ezen dolgozik a szakmaközi szervezet, ezekhez a forrásokhoz meg kell teremteni az ágazati lábat, az ágazati befizetési lábat és azt a koncepciót, amely mentén tudnak menni.

Amit tehát mondani szerettem volna, az az, hogy az arculatban, a nemzetközi vásárokon való részvételben nagyon számítunk a Magyar Turisztikai Ügynökségre, illetve arra is számítunk, hogy amit az országos reprezentatív felmérésünkben kimutattunk, hogy az Y és a Z generáció teljesen máshogy nyúl a borhoz, hiszen neki egy életérzést kell eladni, nem magára a termékre szorítkozik az, hogy ő azt leveszi a polcról, vagy nem, hanem neki egy életérzést is el kell vele adni, abban nagyon számítunk arra, hogy a Magyar Turisztikai Ügynökség különböző országkampányaiban a bor hangsúlyosan, és hogyha lehet, még hangsúlyosabban jelenjen meg, viszont fel kell ismernünk azt a tényt is, hogy mi az ágazatnak a felelőssége, hogy melyek azok a feladatok, amelyek mentén mi is részt tudunk venni ebben, és mi is ki tudjuk a saját magunk részét venni, vállalni tudjuk, és vele együtt a saját magunk felelősségét meg tudjuk fogalmazni. Köszönöm.

ELNÖK: Köszönöm szépen. Van-e további kérdés, észrevétel? *(Senki nem jelentkezik.)*

Amennyiben nincs, annyi megjegyzést tennék, hogy néhány szakmai konferencián én magam is utalást tettem arra, amiről Brazsil Dávid beszélt, hogy lassan kikerülhetetlen szerintem, hogy a borásztársadalom megteremtse ezt az önmaga által befizetett alapot akár az eladott litermennyiség, akár az eladott liter/ár érték után képezve, mert olyan megnyíló piaci lehetőségek vannak – én kettőt mondok csak itt Európából, és nem mentünk el egészen a Távols-Keletig, ahogy az előadásban is figyeltük –, hogy a lengyel és a román piac egy egész izgalmi állapotban van, a sörről most kezdenek áttérni, legalábbis trendivé kezd válni a borfogyasztás ezekben az országokban, és szerintem ezt minden európai bortermelő, szőlőtermelő ország rendkívül erőteljesen figyeli; oda nagyon nagy erőket kellene véleményem szerint megmozdítani, és erre nincs elég erő az AMC-nél és az MTÜ-nél, vagy csak korlátozott erő van. Tehát hogyha mi magunk nem alakítjuk ki a marketingalapot egy befizetéssel, akkor le fogunk maradni szerintem az ilyen lehetőségekről is. Egyébként én biztatnám a HNT-t – persze én könnyen beszélek, de mégiscsak biztatnám a HNT-t – mint szakmaközi szervezetet, hogy ebben legyen szíves majd lassan egy előkészítés után döntést hozni a küldötteken keresztül, hogy ők is megértsék, miről van szó, és talán akkor elkerülhető lenne, illetve az itteni 3. napirendi pont kényelmetlen kérdéseit is lehetne tisztázni, itt a zöldszüretre, a lepárlásra és minden egyébre gondolok, ami majd a 3. napirendi pontban elő fog kerülni.

Még egy megjegyzésem lenne. Elég régóta vagyok országgyűlési képviselő, több mint húsz éve, és itt az egyik megszólalóból, kérdezőből ugyanaz a gondolat jött elő, mint belőlem, hogy tisztességes anyagot láttunk, láttam, most úgy érzem – ki-ki természetesen a saját szakmai tudása és közösségi képviselete által még belegendolhat bármit, hogy mi kellene még bele, vagy mi hiányzik belőle, ez minden egyes anyaggal így szokott lenni –, de a legfontosabb az, hogy tartsunk ki mellette. Én annyi koncepciót láttam már itt húsz év alatt, hogy ihaj, komolyan mondom, meg nem tudnám már

számolni, meg már el is felejtettük őket – talán Tornai Tamás utalt itt erre, ő is régi motoros a saját szakmai területén érthető módon. Törekedjen tehát arra az MTÜ, hogy ezt éreztesse, és fogadtassa el, érezze minden szakmai szervezet, szakmaközi szervezet, a HNT, a szőlészek, a borászok a magukénak! Ez nagy munka egyébként, mert úgy általában a szőlészek, borászok ezt ilyenkor távolról nézik, hogy valaki már megint csinált valamit, de szerintem nem jó – körülbelül ez az első reflexió, aztán erre egész komoly energiát kell áldozni, és én biztatnám az MTÜ-t, hogy ennek teremtsen meg az alkalmát akár a HNT szervezésén keresztül, akár a borrhíóknak szervezett előadásokkal, hogy a magukénak érezzék ezt a koncepciót, hogy értsék meg, mi vezérelte, mi mozgatta ennek a koncepciónak az elkészítőit, hogy melyek azok a trendek, mozgások, információk, adatok, amelyek már felmérések útján megvannak, az X, Y, Z generáció érzülete a borhoz. Ezt, ezeket a trendeket nem kell hogy tudják a hétköznapi szőlész-borászok, hiszen ez egy egész bonyolult kutatási anyag, amikor már szociológiával foglalkozók munkája kell ahhoz, hogy ilyeneket kiderítsünk, és persze utána jönnek a világtrendek, a változások, a könnyű borok felé való elhajlás, szóval minden, meg megjelenik Kína, nem ismeri a bort, de ott van 1,5 milliárd ember, aki egyszer csak majd bort akar fogyasztani.

Szóval ezek nagyon érdekes kihívások, és nem kell, hogy ezekkel foglalkozzon a hétköznapi gazdaember, viszont jó lenne, hogyha azok, akik a munkájuk, beosztásuk végett kötelezettek arra, hogy ezzel foglalkozzanak, és erről információjuk van, megismertetnék az érintettekkel, hogy miért gondolják ezt így. Esetleg jöhet olyan visszajelzés, hogy tényleg érdemes egy picit módosítani a koncepció egyik-másik végén, nem az, hogy kidobjuk, hanem tartsunk ki mellette, hogy mindenki érezze ezt a sajátjának. Nekem ez lenne a legnagyobb kérés, és, mondom, ez nagy munka, mert nincs mese, itt az MTÜ-nek – az én logikám szerint persze – a nyakába kéne vennie az országot, szóval legyalogolni, és regionális konferenciákat és meetingeket tartani az érintettekkel. Én ezt merném javasolni, ha ez eddig nem történt meg, és úgy érzem, hogy nem, mert nagyon friss az anyag, itt márciusi bejelentést írtam fel, azt hiszem, vagy március-áprilist, és a kérdésekből is kiderült, hogy azért még annyira friss, hogy sokan most látjuk, meg hol fog ez kiteljesedni, milyen elérési felületet, megismertetési felületet gondolunk mögé. Bennem elsőre az merül fel, hogy legalább borrhíóként jó előre, időben előtte meghirdetett konzultációs lehetőségeket adunk az érintetteknek.

Ha nincs további kérdező (*Senki nem jelentkezik.*), akkor most megadom a szót az előterjesztőnek.

Gál Zsombor válaszai, reflexiói

GÁL ZSOMBOR vezető szakértő (Magyar Turisztikai Ügynökség):
Köszönöm szépen. Először is dr. Steinmetz Ádám úr kérdéseire, gondolataira reflektálnék. A statisztikákkal, kutatásokkal természetesen tisztában vagyunk, már amennyire tisztában lehet azokkal lenni, tényleg, a forrásadatok nem frissülnek évente megfelelő módon, de van egy elég jelentős kutatás egyébként, amit a Hegyközségek Nemzeti Tanácsa végzett, és 2017-ben lett bemutatva. Látjuk és tapasztaljuk is folyamatosan, hogy mennyire stagnál a hazai borfogyasztás, és újra elkezdett csökkenni, úgy néz ki. Azt is látjuk, hogy mi az, ami most ezt a krízist okozta, ami miatt a zöldszüretre is sor kerül. Beszélgettünk borászatokkal, és halljuk, hogy folyamatos a kilistázás a nagy üzletekből. Szóval tapasztaljuk ezt a stagnálást.

Azt tudom erre mondani itt – és itt rátérnék a következő kérdésre, a költségvetésre, és kicsit reflektálva Brazsil Dávid úr gondolataira is –, hogy amivel mi foglalkozunk, az az állami bormarketing, az a bormarketingnek egy része, és az állami bormarketingben, az állami bormarketingen belül is amire erőforrások vannak, az törvényileg vagy rendeleti szinten 150 millió forint évente, amit egyébként az MTÜ kiegészít minden egyes évben, amennyire tud, idén összesen 250 millió forint volt a költségvetésünk. De ez az összeg, illetve az az apparátus, amellyel most rendelkezik ez a szakmai csapat, az összesen két szakembert és két gyakornokot jelent, szóval ez az apparátus nagyon-nagyon kevés ahhoz, hogy itt mindent érintően érdemi munkát lehessen csinálni.

Én még tavaly készítettem egy tervet, akkor még dr. Török András volt az igazgató nálunk, és közösen beadtunk egy tervet, amelyben olyan másfél milliárd forintnyi munkát, és tényleg elengedhetetlen munkát foglalmaztunk meg. Én személyesen úgy gondolom a nemzetközi tapasztalatokból és a nemzetközi trendekből, szokásokból kiindulva, hogy ekkora összeg alatt nem lehet jelentős változást elérni egy ilyen nagy bortermelő országnak a marketing tevékenységében. Franciaországban végeztem a bormarketing, borkereskedelmi irányú tanulmányaimat, ott számos borrhégiót látogattam meg, és nem nagyon találkoztam olyan borrhégióval, amely 50 ezer hektár felett van, és kevesebb mint 20 millió eurót költene a borrhégióinak a bormarketing-tevékenységére központi szinten – ez 6 milliárd forint –, ilyen volt például a Rhône völgyének a költségvetése is. Lényeg a lényeg, hogy ezek a pénzek nagyon kevés dologra elegendenek.

A BalatonBor-kérdéskörre reflektálva: ez egy olyan terület, amelyet kapacitás híján mi azért nem tudunk teljesen lefedni. Látjuk azt, hogy ennek van előnye, van hátránya, itt egyelőre szemlélődést folytatunk. Amennyire tudjuk, természetesen segítjük őket, de ez édeskevés ahhoz képest, amire szükség lenne, hogy borrhégió szinten is le tudjunk menni, és azért itt ott van, hogy nekünk semlegesnek is kell lennünk, és nemcsak egy borrhégió van, hanem hat borrhégió van. Egyelőre nem tudunk igazán jelentős áttörést elérni ezeken a szinteken, egyelőre az ernyőmárkára tudunk csak fókuszálni. Illetve magának a BalatonBornak azért vannak olyan vetületei, amelyek nem az állami bormarketing kérdéskörébe tartoznak, természetesen jelentős szerepe is lehetne az állami bormarketingnek, de az integrált rendszer létrehozása, a tó közeli termőterületeknek a problematikája más ágazati szervek és szaktárcák területét is érinti.

Tornai Tamás úr kérdéseire reflektálva: ez a koncepció tavaly novemberben került elfogadásra a Hegyközségek Nemzeti Tanácsának elnöksége által. A szakmaközi bizottságnak idén év elején lett bemutatva, akkor fogadták el. A Külgazdasági és Külügyminisztérium részéről Gál Helga volt ott ezeken az egyeztetéseken, az Agrárminisztérium részéről Gál Péter volt jelen az egyeztetéseken. Illetve a vendéglátásért felelős szervezeti egységek is be lettek vonva, mivel a Magyar Turisztikai Ügynökségnél fontos a gasztronómia párosítása a borhoz, ezért a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetsége, a Pannon Gasztronómiai Akadémia és a Magyar Bocuse d'Or Akadémia Egyesület képviselője is részt vett ezeken az egyeztetéseken. Úgy gondoljuk, hogy ezen túlmenően a koncepció társadalmi kapacitásainak megfelelően szintén elindult, év elején számos borászati képviselővel találkoztunk, számos hegyközségi elnökségi taggal találkoztunk. A ProWine Düsseldorf vásár összesen több mint negyven magyar borászatot

szólított meg, ezeknek a borászatoknak – amelyek egyébként az exportban leginkább érdekeltek Magyarországon –, mindenkinek be lett mutatva a koncepció. És most májusban indítottunk el egy roadshow keretében egy társadalmasítási szakaszt, amely még szintén a borászat társadalmasítási részről szól. Már voltunk a Pannon borrégióban, most megyünk a Felső-magyarországi borrégióba, a héten a Duna borrégióba, két hét múlva a Balaton borrégió és a Felső-Pannon borrégió lesz a soros, a Tokaj borrégió pedig még szeptemberben kerül sorra. Szóval lesz egy ilyen társadalmasító szakasz.

A borrégiókból általában, illetve nem általában, szinte mindig mindenkit elhívunk, minden borászati képviselőt elhívunk, utána az egy másik kérdés, hogy mennyire vesznek részt, jönnek el a borászatok. Azért itt is számos akadályba ütközünk, amit részben – részben! – értünk és megértünk, szerintem sokszor egyébként az elmúlt évek központi bormarketingjében végbement sok változásnak is, amit az elnök úr említett, betudható, hogy kevésbé motiváltak a borászatok. Például a bor.hu-regisztrációt május 31-én szerettük volna zárni, arra is lett meghirdetve, de olyan kevesen jelentkeztek eddig a borászatok egy számukra ingyenes megjelenési felületre, ami miatt muszáj volt kitolnunk július végére a jelentkezést. Nagyon bízunk benne, hogy ez el fogja érni azt a kritikus szintet, amivel el lehet kezdeni, el lehet indítani a weboldalt.

Az ágazati stratégiát természetesen ismerjük, a számokat is ismerjük. Itt tényleg azt látjuk, amit a legelején mondtam, hogy megfelelő erőforrás, kapacitás híján lehet tervezni, de nagyon nehéz a gyakorlatban ezeket a terveket megvalósítani, és mi mindenképpen azon vagyunk a kollégákkal, hogy ennek az intenzitását megnöveljük.

A többi szakmai szervezettel esetlegesen vagyunk kapcsolatban. Mi úgy gondoljuk, hogy ha a száz százalékban reprezentatív Hegyközségek Nemzeti Tanácsával folyamatosan tartjuk a kapcsolatot, és egyeztetünk, akkor annak elegendőnek kellene lennie. Nyilván ha több kapacitásunk lenne erre, ezekre az egyeztetésekre, akkor többet csinálnánk, mert azért mi is látjuk, hogy személyesen el kell menni a borászokhoz, személyesen el kell menni az emberekhez, a szakmai szervezetek képviselőihez. Nagyon szívesen egyeztetünk egyébként bárkivel, hogyha megkeresnek minket a szakmai szervezetek, szívesen személyesen is átadjuk ezeket az üzeneteket.

A bor.hu-val kapcsolatban egy kicsit nehéz itt nekem egy szakmai területért felelős szakemberként bármit mondani, lehet, hogy az MTÜ-vezetőség tudna erre egy releváns információt adni. Én azt tudom mondani, hogy ez mindig rajtunk kívül álló okokból szokott megakadni, a közbeszerzések nagyon megnehezítik az ügy továbbhaladtát. Most érzem azt, hogy tényleg kezd minden úgy összeállni, és tényleg meg tudjuk ezt oldani szeptemberig, de itt már én sem merek olyan nagyon – hogy mondjam? – sarkos időpontokat mondani.

Az exporttevékenység kapcsán abszolút egyetértek azzal, hogy főleg most, ebben a helyzetben nagyon fontos lenne erősíteni. Nagyon sok borászat jelentkezik most már nálunk is, hogy szeretnének kiállításra jönni, nemhiába például a ProWine Düsseldorfra 2017-ben 19 borászat jelentkezett Magyarországról, plusz még külön utasként a nemzeti standon még három vagy négy borászat volt, idén pedig, azt hiszem, hatvanan voltak, és ez nem azért volt, mert olyan óriási nagy lehetőség lenne, hogy most nagyon megnövekedett volna a kiállításban a lehetőség, hanem azért, mert

kényszerhelyzetben vannak a borászatok, és mindenképpen exportálniuk kell. Szóval látjuk ezt. Ehhez, mint a lelegején említettem, tényleg központi marketingforrás vagy közösségi marketingforrás-növelés, -bevonás kell.

Brazsil Dávid úrral csak egyet tudok érteni abban, hogy a közösségi bormarketing egy része az állami bormarketing. Mi nagyon várjuk, és tényleg minden általunk adható segítséget megadunk ahhoz, hogy az ágazati marketing vagy a közösségi marketing összeálljon teljes egészében, támogatunk minden ezzel kapcsolatos eljárást. EU-forrásokat, igen, mi nem nagyon tudunk igénybe venni, viszont vannak EU-s források, amelyeket országos szinten igénybe lehetne venni, és ehhez tényleg nagyon fontos lenne, hogy ez összeálljon termelői szinten.

Az új generáció kapcsán pedig elindult a bornak a beemelése a Magyar Turisztikai Ügynökség kampányaiba, én úgy gondolom, hogy még mindig nem a megfelelő szinten van ez. Természetesen mint borderülettel foglalkozónak számomra ez sohasem lesz megfelelő, amíg száz százalékban nem a borról kommunikál a turizmus, de egy már valamennyire látható szinten van jelen a kampányokban a bor. Én úgy érzem, hogy ez, hogy most egy nagyon friss üzeneti rendszer jutott ki, meg egy nagyon megújított és vonzó koncepció alakult ki, ez a turizmusban is egy elég jelentős érv, és talán nagyobb hatást fog elérni a turizmusmarketing-kommunikációs stratégiában.

Ágazati egyeztetések. Mi szeretnénk tovább folytatni azt az egyeztetést, amely, azt hiszem, 2016-ban akadt el még ágazati szinten. Nagyon hasznosnak találnánk, hogyha ilyen jellegű ülések valamilyen rendszerességgel akár konkrét témákban, tehát nem mindig általánosan, hanem konkrét témákban megvalósulnának. Erről már egyeztettünk Feldman Zsolt államtitkár úrral is, hogy szerintünk ezt érdemes lenne megtenni. Bízom benne, hogy ezt ki tudjuk alakítani, és tényleg itt a kommunikáció sokkal intenzívebb lesz.

A kontinuitás, tehát az, hogy állandósuljon ez a koncepció, nagyon fontos, ezzel egyetértünk, egyetértetek. Ennek szerintem jó alapja lehet az, hogy ez egy ágazati szinten elfogadott koncepció, tehát hogyha bárhol bármi változás van mostantól, az állami szervezetek akár vezetésében, akár szakembergárdájában így, hogy ez egy olyan koncepció, amit az ágazat elfogadott – és itt nagyon nagy szerepe van a Hegyközségek Nemzeti Tanácsának és tényleg magának a termelői szférának –, ennek nem kellene változnia. Szóval ezt most be kell ütni öt-tíz évre, és ennek így kell maradnia, ezzel abszolút egyetértetek.

Egyébként a trendekkel, statisztikákkal kapcsolatban sokkal több anyagra lenne szükség itt is, de ami megvan és ami most készül, azt mi szeretnénk feltenni a bor.hu-ra. Ott lesz egy szakmai rész, egy szakmai oldal, ahol minden ilyen jellegű anyag mindenki számára elérhetővé válik letölthető módon, az ágazati stratégiát is fel lehet tölteni, a piramiskoncepciót is fel lehet majd tölteni, és ezeket mind szeretnénk felrakni, és teljesen transzparensnek szeretnénk lenni a stratégiaalkotásban.

A kolléganőmmel egyébként folyamatosan járjuk a borvidékeket, már körülbelül egy tucat, illetve több mint egy tucat borvidéken voltunk, mióta működünk, pont a múlt héten voltunk a Duna borrhíó három borvidékén, és szeretnénk ezeket a találkozókat rendszeresíteni, szeretnénk tényleg a borászokhoz, a borászatokhoz lemenni, és bemutatni nekik azt, amit csinálunk, és szeretnénk, hogyha egy irányt venne az egész ágazat, mert csak ebben tudjuk elképzelni a jövőt.

Nem tudom, volt-e esetleg még olyan kérdés, amelyet nem válaszoltam meg. Én ezeket írtam fel.

TORNAI TAMÁS (Magyar Szőlő- és Bortermelők Szövetsége): Még egy olyan kérdésem volt, hogy milyen módon kapcsolódik az értékesítési csatornákhöz a bormarketing.

GÁL ZSOMBOR vezető szakértő (Magyar Turisztikai Ügynökség): Ez egy nagyon nehéz terület. Mindig bajban vagyunk, mert állami bormarketingnek hívjuk, de tevékenységében, amit csinálunk, az a marketingnek az egyik „p”-je a négyből, a promóció, de a place, tehát a disztribúció kapcsán erre egyelőre nincs lehetőségünk, nincs kapacitásunk. Azért ez egy nagyon féllábás bormarketing, hogyha így nevezzük, ez inkább borpromóció, magyarbor-népszerűsítő tevékenység. Az egyetlen bormarketing-aktivitás, amit csinálunk, az a kiállítások, ami valójában marketing, mert oda elmennek a borászatok, és ott ezzel a tevékenységgel odahúzzuk a disztribútorokat, az importőröket, szóval találkozást biztosítunk a szakemberek számára, de ezen kívül egyelőre nincs más ilyen tevékenység. És nem azt mondom, hogy ez nem lenne fontos, de erre egyelőre nincs kapacitásunk. Köszönöm.

ELNÖK: Köszönöm szépen. Csak meg szeretném kérdezni, hogy amikor az egyes borvidékekre úgymond ellátogatnak, akkor az milyen megelőző kapcsolatfelvételt jelent, kin keresztül megy ez, vagy mit jelent ez? Mondjuk a Duna borrhévíz elég nagy, ugyan csak három borvidék van benne.

GÁL ZSOMBOR vezető szakértő (Magyar Turisztikai Ügynökség): Igen, igen, itt nem fogalmaztam egyértelműen. Amit most csinálunk borvidéki bejárás szintjén, az főleg a borturizmus szempontjából fontos, helyszíneket járunk be és mérjük fel, és nagyon keveset beszéltem arról, hogy mint MTÜ nálunk a borturizmus szintén lényeges, és szeretnénk bekapcsolni ezeket a borvidékeket a borturizmusba. Egyelőre amit csinálunk, az az, hogy a borászatok, amelyek a turizmus szempontjából érdekesek lehetnek – tehát van éttermük, van akár szálláshelyük, csoportokat fogadnak –, azokat szeretnénk jobban megismerni és jobban belevinni a vérkeringésbe...

ELNÖK: Értem, de honnan kapják ezeket az információkat, hogy kinek van ilyen? A borvidéki elnököt kérdezik meg, vagy...?

GÁL ZSOMBOR vezető szakértő (Magyar Turisztikai Ügynökség): Mi magunk mérjük fel. Beszélgetünk borvidéki elnökökkel is, általában nem utasítunk vissza senkit. Ami ilyenkor szokott lenni, az a kapacitás, hogy kit tudunk..., szóval hogy nekünk is prioritizálnunk kell. Egyelőre a legrelevánsabb helyszíneket tudjuk bejárni, a borturizmus szempontjából legrelevánsabb helyszíneket. Vannak egyébként olyan borvidékek, ahol ez egy-kettő, ilyen például a Csongrád borvidék, ahol érthető okok miatt szinte egyáltalán nincs is olyan helyszín, amely a borturizmus szempontjából ki lenne alakítva, fel lenne készülve. Szóval ezek egyelőre ilyen ad hoc jellegű bejárások, látogatások.

ELNÖK: Igen. Ne értse félre, én jobbító szándékkal, és nem akadékoskodva mondom, de én úgy gondolom, hogy egy borvidéki elnöknek képből kell lennie azzal, hogy egyáltalán kik vannak ott piacra termelő borászatok, és azon belül netán azoknak a feltételeknek is megfelelnek, amelyeket önök keresnek, hogy van egy vendégfogadó, egyáltalán éttermi kiszolgálás van-e, és ezen felül netán még vendégéjszaka-, alattási lehetőség is van. Úgyhogy én merném ösztönözni önt, hogy a borvidéki elnököket kérdezzék meg. Legalábbis akiket én ismerek, azok ilyen borvidéki elnökök, hogy rögtön megmondják azt a 15-20, 3-4, szóval valamennyi borászatot, akik egyáltalán olyanok, amelyek most mennek felfelé, vagy csinálják, van ilyen fizikai lehetőségük, vagy éppen most pályáztak, és egészen jelentős pályázati lehetőség volt, van még most is ezeken a területeken. Tehát bátran forduljanak a szakmai közösség felé, én ezt merném javasolni. Biztos, hogy önöknek is van egy információs bázisuk valamilyen oknál fogva, lehet, hogy az főleg turisztikai szempontú, de a borvidékek vezetői, remélem, olyan képességekkel rendelkeznek, hogy teljesen tisztában vannak az ő borvidékükön a piaci forgalomban érintett borászatokkal és azoknak a terveivel, hogy, igen, most készítem azt a turisztikai szálláshelyet, amelyet megnyertem – hiszen most vannak ilyen megvalósuló pályázatok például –, tehát már a jövőt is látják. Mindegy, én csak ezt akartam még melléteni.

GÁL ZSOMBOR vezető szakértő (Magyar Turisztikai Ügynökség):
Köszönöm szépen.

ELNÖK: Van-e további kérdés, észrevétel? *(Dr. Steinmetz Ádám jelzésére:)* Igen, a képviselő úrnak adok szót. ...Kezdem szűkíteni a hozzászólási lehetőségeket, még két másik napirendi pont van, és 12-kor nekünk egy fontos ülésünk lesz, 13 órakor pedig már élesben fog működni a parlament.

DR. STEINMETZ ÁDÁM (Jobbik): Értem, ezt magam is tudom, és értettem a célzást. Én köszönöm szépen Gál úrnak a válaszokat. Szerettem volna kicsit konkrétabb válaszokat kapni esetleg adatokkal, számokkal alátámasztva, de majd akkor az államtitkár urat megkérdezem, hátha ő birtokában van annak az információnak, amely engem érdekelne.

Egyetlenegy kérdésem van az elmondottakhoz kapcsolódóan. Problémaként fogalmazta meg, hogy folyamatos a borok kilistázása a nagy üzletekből. Van egy sejtésem, de ez mit is jelent egész pontosan, és mi ennek az oka?

GÁL ZSOMBOR vezető szakértő (Magyar Turisztikai Ügynökség): Borászatokkal vagy borászokkal, borászatok képviselőivel való beszélgetés alapján látom ezt vagy tudom ezt. Az oka a piacnak az elégtelen működése. Nagyon nagy, egyre nagyobb a borászatok száma, vannak olyan borászatok, amelyek újonnan belépők, és nagyon komoly marketingtevékenységet folytatnak, vannak azok a borászatok, amelyek régebb óta ott vannak, és úgy gondolták eddig, hogy stabil pozíciójuk van, viszont nem tudják megtenni azt, hogy komoly marketingtevékenységet folytassanak, ebből adódóan mivel a fogyasztás, a kereslet nem növekszik jelentősen, nagyon sokan kiszorulnak. Szóval mi ezt tapasztaljuk tényleg a nagy üzletláncok kapcsán. Ez egy helyzet, ami jelenleg, 2019-ben elég erős. Ezt tudom ezzel kapcsolatban mondani.

ELNÖK: Köszönöm szépen. Azért is örülök neki, hogy most az MTÜ képviselőjével kötetlenül tudtunk beszélni, és közel másfél órás lehetőségünk volt erre, mert én bízom abban – és ez irányú reményemet is kifejeztem –, hogy e koncepció mellett ki fogunk tartani, de ez közös munka kell hogy legyen mindkét fél részéről, az MTÜ részéről is és azon szakmai személyek részéről is, akik az életük folyamán ezzel kapcsolatban valamiért, ha nem is tudományos szinten, de gyakorlóként rengeteg tapasztalatot szereztek, hogy ez a tudás összegződjön, hogy szinergikus hatást fejtsen ki. Én erre ösztönözném az MTÜ munkatársait. Mint mondtam, a legszebb cél, célom, célunk, hogy ezt a koncepciót a borászatok a magukénak érezzék, hogy úgy fogadják el, mint hogyha az övék lenne, és értsék azt, hogy miért alakult ez ki.

Én felírtam magamnak egy nagyon fontos adatot – én is tűzök ki magam elé célokat –, ezt a másfél milliárd forintot, ha jól értettem, ez alatt nincs értelme komoly marketing tevékenységről beszélni, és közben itt 200-250 millió forintból próbálunk valamit mutatni, de ahhoz, hogy nemzetközi meg Európán kívüli szinteken is megjelenjünk, ez bagatell összeg a francia példát látva, ahol 50 ezer hektárra, Magyarországon 64 ezer hektár, tehát ott vagyunk nagyságrendben, és ott ehhez képest a mostani tízszeresét vagy majdnem a hússzorosát költik. Ezt magamra nézve feladatnak vettem, hogy én ezért elkezdjek dolgozni a megfelelő szinten, hogy ez a másfél milliárd forint környéki összeg egyszer csak rendelkezésre álljon értelmes célok megvalósítására.

Amennyiben nincs további kérdés (*Senki nem jelentkezik.*), én ezt az első napirendi pontot lezárnam. Köszönöm szépen az MTÜ jelen lévő munkatársának a tájékoztatást és a koncepció bemutatását.

Tájékoztató a 2018. és 2019. I-VI. havi borexport, -import adatok alakulásáról, különös tekintettel a lédig tömegborokra vonatkozóan

Rátérünk a 2. napirendi pontra, amely a szokásos, általam kikövetelt, el nem hagyható napirendi pontunk: tájékoztatás a 2018 és 2019. évi I-VI. havi exportról. Tarpataki Tamás helyettes államtitkár urat köszöntöm itt, valamint a vele együtt jelen lévő minisztériumi kollégákat, de hadd köszöntsem természetesen a most már ennél a napirendi pontnál aktív szereplőket, mint Brazsil Dávidot a HNT részéről, Szabó Gábor pénzügyőr alezredes urat, aki rendszeresen jelen lévő tagunk – és ezt nagyon köszönjük – a NAV részéről és munkatársát, akivel együtt érkeztek, és köszöntöm természetesen Tornai Tamást és Rókusfalvy Pált, akik az egyes ágazati szervezetek vezetőiként vannak itt, és Hajdú Istvánnét is, aki rendszeresen szakmai elhivatottságból hallgatja végig rendszerint az ülésünket. Így adnék most szót Tarpataki Tamás helyettes államtitkár úrnak a 2. napirendi pont keretében.

Tarpataki Tamás tájékoztatója

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): Köszönöm szépen. Jó reggelt kívánok! Sok szeretettel köszöntök én is mindenkit! Előljáróban csak annyit mondanék – nem kértem szót az előző napirendi pont kapcsán –, hogy csak egy nagyon rövid kiegészítésként annyit szeretnék megjegyezni, hogy a minisztérium és az MTÜ között élő a kapcsolat, van párbeszéd, együttműködés, a közelmúltban volt egy egyeztetésünk valóban Feldman Zsolttal és Gál Péterrel, amelyen én személyesen nem

voltam jelen, de ismerem a tartalmát. Másrészt pedig az a koncepció, amelyet láthattunk, valóban alkalmas lehet arra, hogy az ágazat a magáévá tegye. Nyilvánvalóan mindenki részéről kell együttműködési szándék, de ez egy olyan koncepció, amely – ahogy el is hangzott – egyrészt sem az egyéni, alulról jövő kezdeményezéseket nem fojtja meg, másrészt pedig képes szinergiában működni azzal a bor-értékpiramissal vagy földrajzi árujelzős bormarketingrendszerrel, amely egyébként most már kellőképpen benne van szerintem az ágazati köztudatban, és alapja lehet annak, hogy egy minőségibb termelés és az export minőségibb irányba fordítása felé menjünk el. Csak ennyit kiegészítésként, köszönöm szépen.

Rátérve akkor a külkereskedelemre: nem ez az első alkalom, hogy itt külkereskedelmi adatokról számolok be, most viszont valójában lényegi változás történt vagy – pontosabban – történik, mert benne vagyunk. Nyilvánvaló az, hogy uniós szinten is és hazai szinten is nagyon magas a termelés, uniós szinten mintegy 184 millió hektoliter, ebből a hazai termelés 3,6 millió hektoliter- elhangzott Tornai Tamástól, hogy az ágazat képessége durván 3,5 millió hektoliter. Most ezen sikerült túllépni, 3,6 millió hektoliter volt a tavalyi évben a szüreti adatok alapján a termelés –, és ráadásul a készletek is magasak. Nyilvánvaló volt tehát, hogy egy olyan nyomás van az ágazatban, amelyet valamilyen módon enyhíteni kell, erről majd a következő napirendi pontban fogunk beszélgetni.

Hogyha megnézzük, hogy az elmúlt néhány évben az import mikor volt a csúcsponton, az 2011-ben volt, akkor közel 800 ezer hektoliter importbor jött be, ezt szívós, kitartó munkával sikerült leküzdeni 100 ezer hektoliter alá, és most jött el az a pillanat, amikor úgy tűnik, hogy ez a folyamat elérte a gödör alját, és most elindult fölfelé az import. Ebben nyilván szerepet játszik az is, hogy a tavalyi évben az olasz export jelentősen visszaszorult, hiszen 2017-ben nagyon alacsony termésük volt, nekünk magasabb termésünk volt, a mi exportunk tudott virágozni elsősorban amiatt, hogy az olasz export szenvedett, de ez egyrészt idén nincsen, ez a jelenség megszűnt, másrészt pedig – ahogy említettem – Európa-szerte túltermelés van.

Hogyha a konkrét számokat nézzük – nekem hivatalos adatokból kell dolgoznom, elképzelhető, hogy valakinél vannak esetleg még frissebb vagy becsült adatok –, én 2019. I-III. hónapjáról tudok beszélni. Az I-III. hónapban az exportunk 222 ezer hektoliter volt, tavaly, 2018. I-III. hónapjában ugyanez az érték 339 ezer hektoliter volt, tehát egy jó 30 százalékos visszaesés tapasztalható az exportban. Az értékét tekintve viszont a visszaesés arányos, tehát úgy tűnik, hogy tavaly az I-III. hónapban exportált bormennyiségére vetített átlagérték 90 centes literár volt, most pedig 1 euró 07 centes literárat látunk.

A legszembetűnőbb különbség pedig az importban van, ahogy említettem, tehát egyértelmű, hogy elindult felfelé az import, és itt több érdekes dolog is van. Tavaly, 2018. január-márciusban az importált mennyiség 14,5 ezer hektoliter volt, 2019. I-III. hónapjában több mint 40 ezer hektoliter, tehát itt egy közel 180 százalékos emelkedésről beszélhetünk. Az árat tekintve pedig nyilvánvaló, hogy sokkal olcsóbb bor jön be, vagy arányaiban nagyobb mennyiségben jön be olcsóbb bor, mint a korábbi évben: 2018-ban 2,21 eurós literárat láttunk, most pedig 1,24 eurós literárat látunk...

ELNÖK: Egy egész...?

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): 1,24. Ami szintén nagyon szembetűnő, az az, hogyha megnézzük, hogy ebből a 40 ezer hektoliter importált mennyiségből mennyi az olasz: 29 ezer, tehát annak az importnak, amely most az I-III. hónapban bejött, a háromnegyede olasz bor – ez valójában elég sok kérdést felvet bennem is. És hogyha megnézzük, hogy Olaszországból tavaly milyen áron jött be a bor, akkor 2,7 euró volt, most pedig 0,77 euró az az ár, amiért literenként ez a mennyiség bejött.

A lédig borok behozatalával kapcsolatban azt látjuk, hogyha megnézzük, hogy földrajzi jelzéssel vagy földrajzi jelzés nélkül jönnek-e be, az látható, de ez nyilvánvaló a behozatali árakból is, hogy elsősorban az FN borok mennyisége ugrott meg. Összesen több mint 11 ezer hektoliter FN bor, vörösbor és rozébor jött be, és – ez már a félhivatalos adat kategória –, tehát ezek azok az adatok, amelyekre már igazolás ki lett adva, elnézést, és kiadásra vár további körülbelül 10 ezer hektoliter FN-vörösbor-igazolás, és körülbelül további 4500 hektoliter földrajzi jelzéssel ellátott igazolás.

ELNÖK: Mennyi?

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): Körülbelül 14 ezer összesen, körülbelül 10 ezer földrajzi jelölés nélküli és körülbelül 4000-4500 földrajzi jelöléssel ellátott – tehát jön még be. Úgyhogy ezt látjuk külkereskedelmi oldalon, és ez most egy markáns különbség azokhoz a trendekhez képest, amelyeket eddig láttunk. Nyilvánvalóan árulkodó, és bizonyos szempontból nagyon fontos, hogy megfelelő módon tudjuk kezelni az ideai piaci helyzetet, de nem akarok előreszaladni a következő napirendi pontra.

Kérdések, hozzászólások

ELNÖK: Köszönöm szépen. Itt hadd legyen egy közbevetőleges kérdésem – és láttam Brazsil Dávid jelentkezését –, mert egy anomália van: Magyarországon kvázi borfelesleg van, és importálunk, és úgy normál ésszel nem értjük, hogy akkor most itt mi van. És persze megyünk egyre mélyebbre, és nem tudom, hogy van-e arra a szintre is adat, tehát arra van-e bontás, az olasz importból, az Olaszországból érkezőből – hiszen Magyarországon a tömegborokból van nagy felesleg, és az olasz tömegbor-, lédigbor-import szokott nekünk gondot okozni – ki tudjuk-e venni a palackosimportot, vagy pedig ez a 0,74 euró/liter már mind lédig bornak felel meg? Azért izgat ez a kérdés, mert ha ezzel az árral számolok, akkor ez 250 forint/literes importár, miközben tavaly a kékszőlőket is iszonyú alacsony áron, főleg a vége felé már 70 forintért szállítottak Sopronból, a Mátra környékéről Kékfrankos szőlőt, csak vegye meg valaki címmel, de a 80-90-100 forintos alapfelvásárlási árak, itt a tömegszőlő Kékfrankos áráról beszélek, az abból előállított bor alapára annál jóval olcsóbb, mint az importban beérkező 250 forintos vörösborár. Tehát nem értem, hogy akkor itt most ez hogy is áll össze. Persze ehhez látni kellene a felhalmozott készlet fajtáját vörös- és fehérborra lebontva, amit én szintén nem tudok, de ezek a kérdések nekem egyelőre megválaszolatlanok, hogy mi inspirálja az importot, mikor nálunk készletfelesleg van, és tavaly nagyon alacsonyok voltak a szőlőfelvásárlási árak, a vége felé különösen alacsonyok voltak, hiszen a túltermés következtében telítődött minden pincészet, ezt tudtuk, és a vége felé nagyon nagy bajok voltak.

(Jelzésre:) Brazsil Dávid!

DR. BRAZSIL DÁVID főtitkár (Hegyközségek Nemzeti Tanácsa): Köszönöm szépen, elnök úr. Egy-két gondolatot szeretnék megosztani ezzel kapcsolatban. Szóval az Európai Unió termelési adatait illetően azért egyetértek teljes mértékben azzal, amit a helyettes államtitkár úr elmondott, de mindig elfelejtünk egy dolgot az EU-val kapcsolatban: hogy 2017-ben történelmi mélypontra volt a bortermelés, 143 millió hektoliter volt, és az Európai Unió bortermelésének ötéves átlaga 170 millió hektoliter környékén van. Ez a 185 millió hektoliter tehát kiugró mennyiség volt, de hogyha két év átlagát nézzük, még mindig az öt év átlaga alatt vagyunk. Kérdés tehát, hogy a statisztikát honnan nézzük.

Ezt azért mondanám el nagyon, mivel amit látunk a nemzetközi kapcsolatainkon keresztül, az az, hogy egy általános, globális fogyasztás-visszaeséssel is szembeállunk, tehát ezen a piacon kell versenyezni, és egy általános európai uniós túltermelésnek vagyunk a kezdetén. Tudom, hogy ez, az ilyen jellegű mondatoknak az elmondása nem boldogítja a magyar termelőket, csak szeretném egy kicsit azt mondani, hogy probléma nem csak nálunk van.

Válaszolva, mert ezt szerettem volna még elmondani az elnök úr gondolataira: mi is szembesültünk azzal november vége óta, hogy elkezdett felfutni az export. Erre vonatkozóan a Hegyközségek Nemzeti Tanácsa elnöksége az általános közigazgatási rendtartási törvény szabályait teljes mértékben betartva hozott egy döntést, és azért ennek következtében az utóbbi két hónapban az olasz importnak a behozatala nulla, azaz nulla hektoliterre csökkent vissza...

ELNÖK: Bocsánat, úgy kezdted a mondatodat, hogy novemberben észrevettük, hogy elkezdett felfutni az export...

DR. BRAZSIL DÁVID főtitkár (Hegyközségek Nemzeti Tanácsa): Bocsánat, az import!

ELNÖK: Az import.

DR. BRAZSIL DÁVID főtitkár (Hegyközségek Nemzeti Tanácsa): Az import, igen.

ELNÖK: Az importra szeretnél volna válaszolni...

DR. BRAZSIL DÁVID főtitkár (Hegyközségek Nemzeti Tanácsa): Igen, igen, elnézést!

ELNÖK: ..., a mondatod végéről úgy gondolom.

DR. BRAZSIL DÁVID főtitkár (Hegyközségek Nemzeti Tanácsa): Így van.

ELNÖK: Igen.

DR. BRAZSIL DÁVID főtitkár (Hegyközségek Nemzeti Tanácsa): Tehát elkezdett felfutni az import...

ELNÖK: Igen.

DR. BRAZSIL DÁVID főtitkár (Hegyközségek Nemzeti Tanácsa): ..., és megnéztük azokat a törvényes lehetőségeket, amelyek rendelkezésre állnak, és mi ennek is betudjuk azt, valamint a nagyon erős nyomásgyakorlásnak, hogy az utóbbi két-három hónapban, tehát március végétől nincs olasz import, lédigimport az országban. Ez szerintem egy nagyon-nagyon fontos eredmény az utóbbi két hónap tekintetében. Tehát ami bejött... Csak mondanám, hogy a helyettes államtitkár úr 29 ezer hektoliterről beszélt az I-III. hónapban, a mai nappal lekértük az adatokat, és az I-VI. hónapra 30 ezer hektoliter a lédigimport, tehát kvázi az I-III. hónapban jött be, ahogy mondtam, az a lédigimport, ami beérkezett az országba, és mi is arra sarkaltuk a magyar pincészeteket, hogy azért első körben azokért az árakért, amikért ezeket a borokat veszik, azokért az árakért a magyar pincékben ugyanúgy találnak tételeket, és pontosan ezért valószínűsíthetően azért van egy bizonyos összetartás is a szakmában, hogy első körben azért saját magunkat kell megsegíteni, nem pedig a barát olasz termelőket.

ELNÖK: Igen, köszönöm szépen. Van-e valakinek kiegészítenivalója, információja? *(Szabó Gábor jelzésére:)* Alezredes úr!

SZABÓ GÁBOR pénzügyőr alezredes, főosztályvezető-helyettes (Nemzeti Adó- és Vámhivatal): Köszönöm szépen, elnök úr. Tisztelt Elnök Úr! Tisztelt Bizottság! Én hasonló trendekről tudok beszámolni, mint ahogy az államtitkár úr is beszámolt az adatokról. Mi is azt láttuk, hogy a tagállami behozatal – ez az „import” furcsa nálunk, mert az import a harmadik országból történő behozatalt jelenti –...

ELNÖK: Igen.

SZABÓ GÁBOR pénzügyőr alezredes, főosztályvezető-helyettes (Nemzeti Adó- és Vámhivatal): ..., tehát a tagállamból történő behozatal megfordult, és május 31-ei adatokkal rendelkezem, EMCS-ből behozott lédig szőlőborok, és ahogy a főtitkár úr is mondta, ez május 31-éig 30 ezer hektoliter szőlőbort jelent, ennek nagy része, 28 700 hektoliter olasz, Olaszországból származik.

A kivitelnél is hasonló a tendencia. A tavalyi év I-V. hónapjához viszonyítva 42 százalékos csökkenést mutat a tagállamba történő kivitel.

ELNÖK: Ühüm, ez már fájdalmas.

SZABÓ GÁBOR pénzügyőr alezredes, főosztályvezető-helyettes (Nemzeti Adó- és Vámhivatal): Köszönöm szépen.

ELNÖK: Köszönöm szépen. Önmagában azért, tisztázzuk, az a 30-40 ezer hektoliter import normális időszakban nem szokott gondot okozni, hiszen ennél sokkalta drámaibb éveket éltünk meg, alig volt olyan év, amikor százezer hektoliter alá sikerült vinnünk az importot, azt hiszem, csak a tavalyi

év volt ilyen, mindig százezer feletti hektoszámossal végeztünk, és már annak is örültünk, hiszen azok a drasztikus..., jó, 800 ezer nem, de azért volt sokáig 400-300 ezer hektoliter 2014-től '17-ig, ha jól emlékszem, aztán természetesen a szakmaközi szervezeti határozat miatt az FN borok kategorizálásával, járulék bevezetésével és mindennel, egy nagyon tudatos munkával sikerült a magyar boroknak piacot találni, és a tagállamon belüli, beáramló bornak pedig valamelyest az Unió által adott keretek között gátat szabni, mert nem kérdéses hogy itt van egy nagyon érzékeny művelési, beavatkozási lehetőség, nem megsértve az áruk szabad áramlásának és a tőke szabad áramlásának az elvét, emellett lavírozni, de ezek hatékony beavatkozások voltak, és mikor már százezer alatti hektoliterről beszéltünk, akkor azt gondoltuk, hogy ezt a magyar piac már képes kezelni, ilyen volt a tavalyi-tavalyelőtti év. Most ehhez képest azt kell mondjam, hogy a 30-40 ezer hektoliter nem lenne gond, ha nem lenne 3,6 milliós a tavalyi készletünk, termelésünk, és a gyengülő export erre még sajnos ráfejel. Én körülbelül így látom – és már lassan belecsúszunk a 3. napirendi pontba. Ezért megkérdezem, hogy a 2. napirendi pont statisztikai adataihoz kinek van kérdése, észrevétele, megjegyzése. *(Jelzésre:)* Igen, Gál Zsombor!

GÁL ZSOMBOR vezető szakértő (Magyar Turisztikai Ügynökség): Csak egyetlen kérdésem lenne – mert mi mindig bajban vagyunk a statisztikák szűrésével –, hogy van-e arra adat, hogy a prémiumszegmensben mennyi, mekkora része van az importnak, tehát a palackos és a prémium, mondjuk ezer forint körüli, a feletti szegmensben, ilyenekre lehet-e adatokat szűrni? Köszönöm szépen, elnök úr.

ELNÖK: Ez azért izgalmas kérdés, mert egyszer csak olvasom valamelyik jópofa borportált, amely mindig felhívja a figyelmemet, hogy most olyan szenzációs csúcsbort kapsz az egyik agresszív német üzletláncnál nagyon olcsó áron, külföldit, hogy szinte el sem hisszük, hogy ilyen csúcsbort tudsz kapni. És akkor megnézem én is a leírását, meg mindent, és tényleg azt mondom, hogy nem tudom, ezt hogy csinálják. És nem véletlen, hogy ezek a kicsit nagyobb testű multi áruházláncok, a régebbiek, most így mondom, azok meg, ha jól értettem, lecsökkentették a borfrontmétert, a polc hosszúságát, és emiatt történtek többek között ilyen kilistázások, mert a két agresszív, német tulajdonú áruházlánc valami elképesztőt, palackos csúcsbor kategóriában is elképesztőket tud produkálni..., nem azt mondom, hogy csúcsbor, de igen magas minőségben jegyzett, külföldön is magas minőségben jegyzett borokat nagyon elérhető áron tesz közzé, hogy így fogalmazzak.

Fogalmam sincs, arról nem tudok, hogy van-e szűrési rendszer, hogy létezik-e egyáltalán, hogy más országok ezt ki tudják-e szűrni.

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): Elnök úr, a rövid válasz az, hogy nincs. Nálunk nincs.

ELNÖK: Nincs. *(Jelzésre:)* Tornai Tamás!

TORNAI TAMÁS (Magyar Szőlő- és Bortermelők Szövetsége): Köszönöm a szót, elnök úr. Csak néhány gondolatot szeretnék elmondani. Az egyik az, hogy a probléma világméretű, az OIV adatai szerint 280 millió hektoliter volt a tavalyi bortermelés, és 240 millió hektoliter a borfogyasztás a

világban, ami gyakorlatilag azt jelenti, hogy a magyar bortermelésnek a 12-szerese az, ami felesleg keletkezett. Nyilván ezek között a körülmények között kell működnünk.

A másik, hogy nem általános a hazai kereskedelmi láncoknál a borpolicok méretének a csökkenése. Amit mi közvetlenül tapasztalunk, az az, hogy a TESCO-nál – és bocsánat, hogy cégnevet kell mondanom, de a TESCO-nál – jelentős ez a csökkenés, és az látszik, hogy a két agresszív német kereskedelmi láncnál pedig kifejezett növekedése van a hazai borok forgalmazásának. Ezek közül az egyik német lánc nagyon jelentős, a legnagyobb magyar palackosbor-exportórré vált, és én azt gondolom, hogy inkább elismeréssel tartozunk nekik, mert nagyon jelentős mértékben forgalmaznak, és az a technika egyébként, amit ők erre alkalmaznak, az, azt gondolom, általánosítható is lenne, és ezzel a magyarbor-forgalmat növelni tudnánk. Ők nem csinálnak mást, mint hogy évente két alkalommal a társvállalkozások borbeszerzőit idehozzák, és teszik kínálat tárgyává a magyar borokat, és exportálnak több mint 10 millió palackot ezen a módszeren keresztül.

A másik, ami szerintem szintén fontos, hogy azért a magyar borexportban még a lecsökkenett mérték is azt mutatja, hogy a korábbi évekhez képest azért ez valóságosan jelentős, és én azt gondolom, hogy azok az intézkedések, amelyek 2014-ben elkezdődtek, és az új hegyközségi törvénnyel, aztán a szakmaközi elismeréssel, a szakmaközi intézkedésekkel sikerült leszorítani, én tehát azt gondolom, hogy ez a része kézben tartható. Azt gondolom, itt sokkal inkább az a kérdés, hogy ezek között a körülmények között hogyan tudunk kereskedelmi csatornákat megnyitni, és ezt marketinggel milyen módon tudjuk támogatni. És egyetértek az előző napirendi pontokban elmondottakkal, hogy azzal a forrással, amely rendelkezésre áll, meg azzal a személyi erőforrással, hogy ezt két ember kell hogy végezze, ezzel tulajdonképpen csak simogatjuk, és nem megoldjuk a problémát. Köszönöm szépen.

ELNÖK: Köszönöm szépen. Van-e ehhez a napirendi ponthoz további megjegyzés? *(Dr. Steinmetz Ádám jelzésére:)* Igen, képviselő úr!

DR. STEINMETZ ÁDÁM (Jobbik): Köszönöm szépen. Nagyon örülök Brazsil Dávid főtitkár úr szavainak, hogy az olasz borimport végül is megállt, de azért itt az I. negyedévben, ahogy a helyettes államtitkár úr említette, 29 ezer liter csak bejött, és azért a Balatonboglári borvidéken a szőlősgazdák, illetve a bortermelők leginkább az olcsó lédig olasz borok beáramlására, amelyek ára információim szerint 22 és 50 euro cent, ha ezt átváltjuk forintra, akkor 70 és 150 forint közötti áron érkeznek, nem egy esetben egyébként tejet szállító kamion – nem tudom én – puttonyában visszafuvarként, és gyakorlatilag megkérdőjeleződik az, hogy egyáltalán bornak lehet-e nevezni ezeket a termékeket, mert nem fajtára, hanem alkoholszázalékra állítják ezeket be, és eleve van egy túltermelés, ez különösen lenyomja itt a magyar árakat.

A kérdésem lényege: hogyan létezik az, hogy Olaszországból gázolajköltségen behozva ilyen összegekért tudják értékesíteni ezt a bort, tehát mi az a versenyelőny, ami miatt ezt ők megtehetik? A másik kérdésem pedig az a helyettes államtitkár úrhoz, de akkor itt a főtitkár úrhoz is szól, hogy hogyan tudunk védekezni ellene, illetve mit tettek azért, hogy ezt

megakadályozzák? És most, kérem, ne abba az irányba menjünk el, hogy az Európai Unióban a tőke, a személyek és az áruk szabad áramlása, mert magam is ismerem ezeket az alapelveket, de azért egy termelő ismerősöm próbált Ausztriában – amely szintén az Európai Unió tagja – eladni zöldveltelini bort nemrégiben, de a helyi szakmai szervezet pedig nem járult hozzá ahhoz, hogy ott megvegyék tőle, mert volt az osztrák piacon ilyen tétel, és azt mondták, hogy amíg van, addig tessék abból vásárolni. Tehát van azért erre jó példa, nem is kell messzire menni.

És akkor, helyettes államtitkár úr, az előző napirendi ponthoz csak nagyon röviden: itt már azért többen jelezték a Gál Zsombor által felvetetteket, hogy nagyon kevés az az összeg, amiből tud gazdálkodni. Nagyon örülök, hogy Font Sándor elnök úr is azon fog dolgozni mostantól, hogy ez az összeg felemelésre kerüljön, de Tornai Tamás úr is csatlakozott, és most én is csatlakoznék ehhez. Én is úgy gondolom, hogy egy átfogó bormarketinghez mind a személyi, mind az anyagi feltételek nem elegendőek. Mi a kormány álláspontja ezzel kapcsolatban? A helyettes államtitkár úr elegendőnek tartja-e ezt az összeget? És amennyiben nem, akkor tesz-e lépéseket annak érdekében, hogy több legyen a forrás?

Ha még belefér az időbe, a BalatonBorral kapcsolatban pedig én köszönettel vennék egy-két információt, amennyiben van.

ELNÖK: Mielőtt a megszólítottak röviden válaszolnának, én arra kérem szépen a titkárságot, hogy a 2014 óta, amióta ezt az albizottságot vezetem, amikor albizottsági ülésen szóba került a borexport, -import kérdése, csak ennek a napirendi pontnak az elektronikus és kinyomtatott változatát, nem tudom, a képviselő úrnak juttassák el. Ezt azért mondom, mert ezeket a kérdéseket öt éve kezdtük el feldolgozni, hogy hogyan lehet az, hogy 22 euro cent, s a többi, s a többi, és ezek visszatérő kérdések. A jelenlévőknek ezek majdnem triviális kérdések, és néha válaszok is voltak. Segítsük a képviselő urat abban, hogy melyek voltak a csak erre a kérdésre fókuszáló válaszok, mert ez nagyon sokat segíthet a későbbiekben (*Dr. Steinmetz Ádám: Köszönöm.*), hogy mi volt ennek az útja, a logikája, a 30 forintos nem is tudom milyen díjnak a bevezetése és sok minden kérdéskör.

(*Jelzésre:*) Tarpataki Tamás kezdi a választ? (*Tarpataki Tamás: Igen.*) Megadom a szót, helyettes államtitkár úr.

Tarpataki Tamás válaszai, reflexiói

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): Köszönöm szépen. Igen, akkor ebbe a részébe kevésbé mennék bele, már csak az idő miatt is. Valójában Olaszország tényleg rendelkezik bizonyos hatékonysági előnnyel, főleg ebben a szegmensben, tehát ezt mint alaptézist, azt hiszem, elmondhatjuk. A hatékonyságot többféleképpen lehet növelni, és a kérdés az, hogy nekünk az-e a célunk, hogy ebben a szegmensben megverjük az olaszokat, vagy ne, mert hogyha nem ez a célunk, akkor valószínűleg nem is ebbe kellene energiát fektetni, akkor inkább úgy mondom.

Ami még olcsóbbá teheti valóban ezt a felvásárlási árat, az az, ahogy a képviselő úr is mondta, hogy visszafuvarban csinálják, tehát ott gyakorlatilag már nincs az a költség, ami a szállításnál, egyéb borszállításnál megjelenik.

Egyébként olcsó bort elő tudunk állítani mi is, de ahogy az előbb mondtam, kérdés, hogy az-e a cél, hogy olcsóbbat állítsunk elő, vagy inkább minőséget.

Ami még bennem felmerült, és ezt ki fogom mondani – lehet, hogy inkább jegyzőkönyvön kívül –: nem kell megvenni, és akkor nem jön be. De ez már egy messzebbre vezető kérdés.

Az agrármarketinggel kapcsolatban, ahogy itt elhangzott az 1. napirendi pont kapcsán is, és elnézést, hogy most akkor visszakanyarodok, de csak a kérdés kedvéért, tehát ahogy a főtitkár úr is elmondta, a közösségi agrármarketingnek egy speciális kategóriája az állam által végzett közösségi agrármarketing. Magyarország rendelkezik egy uniós jóváhagyó határozattal, hogy állami támogatásokat nyújtson közösségi agrármarketingre, és ezeken az állami támogatásokon kvázi osztozik az MTÜ Zrt. a bormarketing és az AMC az agrármarketing, a mezőgazdasági termékek marketingje tekintetében. Az, hogy mennyi pénz van rá, az a mindenkori költségvetési törvényben szereplő összeg. Jelenleg ez a bormarketingre 150 millió, az agrármarketingre pedig kétszázvalahány millió, összesen az Agrármarketing Centrumnak a költségvetési törvényben 684 vagy 694 millió forint támogatása van, de ebben benne van az ő működése is, tehát a ténylegesen agrármarketingre fordított összeg nagyságrendileg összemérhető azzal, amit a bormarketingre fordítunk. Nyilvánvalóan mindannyian szeretnénk, hogyha ez akár egy nagyságrenddel vagy két nagyságrenddel több is lehetne.

Itt szeretném azért megemlíteni, hogy a borágazatnak van lehetősége a bor nemzeti támogatási programon belül – ahogy ez is elhangzott már reggel – társfinanszírozott módon promóciós tevékenységet folytatni. Nyilván ehhez az kell, hogy ebben az ágazat résztvevői, szereplői rendszeresen részt vegyenek vagy összeálljanak, egy közös szándék kell, befizetési szándék is kell, de ebben az esetben egyébként az állami közösségi agrármarketinget kiegészítő módon egyáltalán nem látom elérhetetlennek a milliárdos nagyságrendű promócióra, borpromócióra fordítható összes összegnek az előállítását. Nyilván ehhez az is kell, hogy akkor a Turisztikai Ügynökség által vázolt koncepció, a bormarketing vagy a bor-értékpiramis, a földrajzi árujelzők rendszerének a szabályozása, s a többi, tehát hogy ez koordinált módon menjen előre, és akkor ezt valóban egy összegnek lehet tekinteni az eredmény szempontjából. Köszönöm szépen.

ELNÖK: Ühüm. *(Jelzésre:)* Brazsil Dávid!

DR. BRAZSIL DÁVID főtitkár (Hegyközségek Nemzeti Tanácsa): Köszönöm szépen, elnök úr. A HNT főtitkára a közigazgatási munkáért felelős személy, akit kötnék nagyon a magyar parlament által hozott döntések, én a válaszban ezen szabályoknak megfelelően próbáltam kifejteni, hogy az általános közigazgatási rendtartásról szóló törvény szabályai szerint értük el ezt az importcsökkenést, és ebben Machiavelli a cél szentesíti az eszközt eszköztárával éltünk.

ELNÖK: Értem, a tömör és majd feldolgozásra váró választ is értem. *(Derültség.)* Szeretném tájékoztatni képviselőtársamat, hogy volt olyan alkalom, amikor pellengérré állítottuk az olaszokat, zároltunk borkészletet, akkor valami 50 ezer hektolitert zároltunk Magyarországon Olaszországban, olaszországi pincéknél feltárt törvénytelen borelőállítás miatt, azokat a lédig borokat, amelyek azokból a pincékből ideérkeztek Magyarországra, zároltuk, és végül reexporttal és visszafordítással kiveztük az országból. Amikor ezt megtettük, személyesen az olasz nagykövet olvasta át a szó szerinti

jegyzőkönyveinket, hogy mi miket tettünk és miket állítunk, és ezáltal ő fel fog lépni a különféle nemzetközi fórumokon, hogy az olasz bor presztízst rongáljuk, és ez túrhetetlen, mert mi olyanokat állítunk, amik nem is történtek meg Olaszországban. Megtörtént, a tiltott borelőállítás feltárára került, olasz hatóság tárta fel ráadásul. Ezért tehát néhány kérdéskörben elsőre nem mindig közérthető válaszokat kapunk emiatt – hogy érzékeltessem Brazsil Dávid tömör válaszát. *(Dr. Steinmetz Ádám: Erre egy rövid reakció!)* Igen, tényleg rövid legyen!

DR. STEINMETZ ÁDÁM (Jobbik): Az most valóban nem volt számomra különösebben érthető, de az elnök úr megvilágította ezt a visszaélést. Akkor, gondolom, nem kapok jegyzőkönyvben vagy legalábbis jegyzőkönyvben konkrét választ, pedig fontos lenne. Akkor ez azt jelenti, hogy az olasz importnak a döntő többsége nyilván törvénytelenül vagy ilyen módon előállított...

ELNÖK: Ilyet meg végképp nem állítunk!

DR. STEINMETZ ÁDÁM (Jobbik): ...borok lennének? Mert akkor csak erre a következtetésre tudok jutni.

ELNÖK: Óriási kérdés az, hogy hogyan lehet az, hogy Olaszországból, ahol rendszerint savszegény és nagyon magas mustfokú szőlők termelődnek, teremnek, mert a déli fekvés miatt ez automatikus, 10,5 meg 10 alkoholfokos borok érkeznek be importba, amikor ez elvileg nem lehetne, mert 18 és 22 mustfokos szőlők tömegét állítják elő. *(Dr. Steinmetz Ádám: Ozmózis.)* Tehát itt olyan kérdéseket kezdtünk el feszegetni, amelyeket mi még nem tudtunk feltárni. Tettem javaslatot, az OIV-nél meg az AREV-nél meg nemzetközi szervezeteknél való mélyebb beavatkozás kapcsán, hogy ezt valaki kérdezze már meg az olasz barátainktól, hogy a 21-22 mustfokos szőlőből hogy lesz 10,5 fokos lédig bor. *(Dr. Steinmetz Ádám: Egy eljárással. – Derültség.)* Mi tehát csak a kérdéseket tudjuk feltenni, hogy ezt valaki legyen szíves nemzetközi vagy magasabb szinten most már kibányászni – hogy érzékeltessem a kérdés nehézségét. Mi is eljutottunk tehát eddig a kérdésig.

DR. STEINMETZ ÁDÁM (Jobbik): És akkor hol tartunk ebben az ügyben nemzetközi szinten?

ELNÖK: Hát, mindenféle diplomáciai kapcsolat bevonásával tárjuk fel ezeket. Például le szoktuk kérni őszele a tömegszőlők felvásárlási árát, hogy egyáltalán abból létezhet-e 22-25 euro centes bort előállítani technológiailag a 0,75, esetleg 0,8-as kivonási mutatóval, mármint az egy kiló szőlőből előállított lémenyiségre gondolok, és sok minden feladat vár itt még ránk, amelyekben apró lépésekkel haladunk előre.

Olaszország nagyon nagy test, és uralja a nemzetközi borpiacot. Sokak számára nem ismeretlen, hogy Olaszország a legnagyobb szőlő- és borelőállító ország, nem Franciaország, néhány millió hektoliterrel kevesebbet állít elő Franciaország, és még jó néhány millióval kevesebbet Spanyolország, de 38, 39, 42, 45, 45, 48 millió, ez az olasz adat, és minden erejét beveti, hogy nehogy megkritizáljuk őket nemzetközi szinten.

További kérdés, észrevétel van-e? *(Senki nem jelentkezik.)* Nincs.

A 2. napirendi pontot lezárom.

Tájékoztató a szüretre való felkészülésről, az új borpiaci intézkedések bevezetéséről, továbbá a borszőlő-felvásárláshoz kapcsolódó piacszervezési intézkedésekről

Rátérünk – és közben már majdnem bele is folytunk – a 3. napirendi pontba, amelyben tájékoztatást szeretnénk kérni a szüretre való felkészülésről és az új borpiaci intézkedések eddigi tapasztalatairól, adatairól. Nem tudom, hogy milyen a munkamegosztás, hogy Tarpataki Tamás vagy Brazsil Dávid kezdi az eddigi adatok ismertetését. Főtitkár úr...

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): Szívesen elkezdem, köszönöm szépen.

ELNÖK: Ja! Helyettes államtitkár úr!

Tájékoztatók

Tarpataki Tamás

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): Köszönöm szépen. A piaci helyzetet röviden már elemeztük, ebben az évben, úgy tűnik, valóban indokolttá vált, hogy lehetővé tegyünk – lehetővé tegyünk, és ezt szeretném hangsúlyozni – az ágazati szereplők számára az olyan intézkedésekkel való élést, amelyek segítenek csökkenteni ezt a piaci nyomást. Két ilyen rövid távú intézkedésre van lehetőségünk a közösségi szabályozás értelmében: az egyik a zöldszüret, a másik a krízislepárlás, az egyik teljes mértékben uniós forrásból megy, a másik teljes mértékben nemzeti forrásból megy.

A zöldszüretre – ami uniós forrásból megy, tehát a bor nemzeti támogatási program részeként működtethető – megvan a forrás, és szeretném hangsúlyozni, hogy ez teljes mértékben önkéntes. Azt gondolom, hogy ezzel a jelenlévők tisztában vannak, az ágazat szereplőinek a többsége is tisztában van, de nagyon fontos, hogy teljes mértékben önkéntes intézkedésről van szó, az vesz részt benne, aki akar, aki nem akar, nem vesz részt benne, nem kell levágni a szőlőt.

A zöldszürettel kapcsolatban annyit még, hogy ez már elindult intézkedés, tehát vannak bizonyos számaink, de még nem zárult le, tehát végső adatokat vagy eredményt nem tudunk közölni. Június 6-áig volt lehetőségük a szőlőtermesztőknek arra, hogy a kérelmeiket a hegybírókkal záradékoltathassák, és mivel ez a határidő elmúlt, itt rendelkezünk számokkal: 2633 darab kérelem érkezett be a határidőig a kincstárba, és ez durván 5500 hektár területet fed le. Azt látjuk a terület tekintetében, hogy három borvidék az, amely gyakorlatilag talán a háromnegyedét is kiadja ennek a lefedett területnek: a Kunsági borvidék közel 3 ezer hektárnyi kérelemmel bír, a Mátrai borvidék 781 hektárnyival, a Tokaji borvidék pedig 468 hektárnyival. Ez a három borvidék tehát több mint 4100 hektárt fed le az 5500-ból.

Hogyha a fajtákat nézzük, akkor legnagyobb mértékben a Bianca szerepel 1370 hektárral, a második a Furmint 772 hektárral, a harmadik pedig a Kékfrankos 670 hektárral. Ez összesen 2800 hektár az 5500-ból, tehát ez a három fajta elviszi gyakorlatilag a zöldszüretre leadott kérelmeknek a felét.

Nagyon fontos, hogy a forrás mindenképpen rendelkezésre áll ezeknek a zöldszüreti intézkedéseknek a végrehajtására. A másik nagyon fontos dolog, hogy úgy alkottuk meg a szabályozást, hogy aki a zöldszüretben részt kíván venni, az gyakorlatilag az utolsó pillanatig bármikor dönthet úgy, hogy nem vágja le a fürtöt, tehát hogyha beadta a kérelmet, még azután is van lehetősége arra, hogy úgy döntsön, hogy nem alkalmazza a zöldszüretet, ebben az esetben nyilván nem jár a támogatás. Az intézkedés végrehajtását, tehát hogyha valaki viszont levágta a fürtöket, akkor azt másnap be kell jelenteni a kincstárnak, és a kincstárnak száz százalékos ellenőrzési kötelezettsége van, tehát minden területet le kell ellenőrizni.

A kifizetések várhatóan november 15-éig fognak megtörténni. Körülbelül ennyi...

ELNÖK: November 15-éig?

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): November 15-éig, igen. Nyilván november 15-éig megtörténik, hogyha lehet, így is, úgy is, tehát az intézkedést a határidőig végre kell hajtani, azaz július 10-éig le kell vágni a fürtöket annak, aki le szeretné vágni, ezt követően a kincstár ellenőriz, és amikor megvannak az ellenőrzési eredmények, utána megnyílik a lehetőség a kifizetésre, és november 15-éig bőségesen meg tud valósulni. Köszönöm szépen.

ELNÖK: Köszönöm szépen. Főtitkár úr!

Dr. Brazsil Dávid

DR. BRAZSIL DÁVID főtitkár (Hegyközségek Nemzeti Tanácsa): Köszönöm szépen, elnök úr. Igazából a HNT 2018 augusztusa óta foglalkozik a 2019-es szürettel, mivel láttuk a 2018. év minőségi és mennyiségi adatait, hogy hogyan fognak alakulni, és ennek megfelelően folyamatosan hozzuk azokat a néha adminisztratív többletmunkának tűnő döntéseket, amelyekkel nyomon tudjuk követni a piacot. Ennek az első eleme volt a szakmaközi készletfelmérés, két alkalommal, február hónap végén és május hónap végén, hogy lássuk, milyen készletek vannak a pincékben, és ez csak a 100 hektoliter feletti bortermeléssel, majd májusban a 100 hektoliter feletti készlettel rendelkező pincészetekre vonatkozott. Így tudtuk az Agrárminisztériumot is folyamatosan tájékoztatni arról, hogy mekkora a probléma mértéke. 2019. február 28-án 30 ezer hektoliter híján 4 millió hektoliter bor volt a pincékben, ez 2019. május 31-én 3,3 millió hektoliter volt. Ennek a döntő többsége, több mint a fele, inkább kétharmada, 2 millió hektoliter fehérbor, a rozébor körülbelül 200 ezer hektoliter, és egy picivel több mint 1 millió hektoliter a vörösborok mennyisége.

Ennek megfelelően támogattuk az Agrárminisztérium lejárásra vonatkozó elképzelését, annak mind a két formáját, és én úgy tudom – és talán a helyettes államtitkár úr megengedi, hogy ezt elmondjuk –, hogy alapvetően a lejárólüzemek kapacitása a korlátos határ, tehát a korlátot az jelenti, nem pedig a kormányzati szándék, mi legalábbis ezt a tájékoztatást kaptuk, és szerintem ez fontos a jegyzőkönyv szempontjából. A bornak a lejárása egy speciális lejárást jelent, és igaz, hogy vannak bioetanol-üzemeink, de azoknak az átalakítása ilyen kis mennyiségre nagyon nagy költséggel jár, és igazából nagyrészt egyetlenegy lejárólüzem van,

amelynek a kapacitása behatárolja ennek a mennyiségét. Énszerintem ez egy olyan információ volt, ami nagyon fontos mindenki számára.

A zöldszürettel kapcsolatban amit a helyettes államtitkár úr elmondott, azt csak megerősíteni tudom, hiszen azok az adatok a Hegyközségi Információs Rendszerből származnak. Én itt külön szeretném megköszönni – engedjék meg, hogy egy kicsit a szorgos hangyákról is beszéljünk – a hegybíró kollégáim áldozatos munkáját, hiszen a jogszabálytervezet az utolsó pillanatig, a közigazgatási egyeztetések folyamán is változott, és mi informatikailag is felkészülten, illetve a hegybírókat szakmailag felkészülten tudtuk felkészíteni erre a munkára, és az előzetes helyszíni ellenőrzéseket is a benyújtott kérelmek 10 százalékát, 650 ültetvényt öt munkanap alatt – tehát öt munkanap alatt! – leellenőriztünk. Én tehát úgy érzem, hogy amit a hegyközségi szervezet tudott, azt megtette a zöldszüret sikeres..., elnézést, itt furcsa azt mondani, hogy sikeres lebonyolítása érdekében, de nekünk ez egy feladat volt, tehát ebből a szempontból ezt a feladatot jól vettük, hiszen egy termelőnek ez körülbelül 20 percnyi ügyintézésrel járt, a hegybírók néha addig segítettek, hogy a teljes, komplex benyújtandó kérelemcsomagot csak alá kellett írnia. Na most, azzal nehéz mit tenni, amikor a termelő elfelejti aláírni a kérelmet, de mi megtettük azt, amit lehetett, ez szerintem egy nagyon fontos dolog, és jól jelzi azt, hogy a hegyközségi törvény '12-es átalakítása egy jó irányba tett lépést jelentett, hiszen most már szakmailag felkészült hegybírók állnak a HNT rendelkezésére, és ezt az értéket nem szabad megkérdőjelezni.

A következő pedig a szakmaközi szerződés. Visszatérnék arra, hogy igaz, hogy 2017-ben a bizottság tekintetében az elnök úr támogatott bennünket, de sokan úgy élték meg ezt a szakmaközi szerződést, hogy egy újabb papír, egy újabb szükséges rossz. Nem igaz. Beérett a szakmaközi szerződésnek a...

ELNÖK: Mármint a pincészetek és a szőlőtermelők között.

DR. BRAZSIL DÁVID főtitkár (Hegyközségek Nemzeti Tanácsa): ...a pincészetek és a szőlőtermelők között, így van, mivel most már kezdjük megtenni abban a nagyon hosszú folyamatban az előrelépéseket, hogy a szőlőtermelő a telepítés pillanatában gondolkozzon azon, hogy a megtermelt szőlőjét körülbelül hova fogja értékesíteni, mert ez a legfontosabb kérdés, és ebben a szakma, úgy érzem, teljes mértékben összefog. A végső anyagot a szakmaközi bizottság – amelynek tagja az MSZBSZ és az itt lévő Vindependent is – egyhangúlag elfogadta, a szakmaközi intézkedést pedig a Hegyközségek Nemzeti Tanácsának a május 14-ei tanácsulása egyhangúlag elfogadta, tehát folytatjuk ezt a szerződéses viszonyon alapuló együttműködést. Természetesen a rendszert minden évben tökéletesítjük, minden évben az előző éveknek megfelelően, azok tapasztalatai alapján módosításokat hajtunk rajta végre, finomítjuk, finomhangoljuk, de a nagyon nagy előnye ennek a rendszernek az, hogy ezt a szakma saját magára hozza szabályozásként a szakmaközi elismerésből adódóan, ami bizonyos keretek között, de rugalmas keretek között lehetőséget jelent a módosításra. Illetve azért azt is ki kell emelni, hogy a tavalyi évben pont a szakmaközi szervezeti döntésnek köszönhetően két pincészetrel kapcsolatban fel tudtunk lépni a piaci erőfölényből adódó egyoldalú szerződésmódosításokkal összefüggésben, az egyik például a Mátrai borvidéken volt, és azt hiszem, hogy a tavalyi év

viszonylag nyugodt szüreti periódusához, tehát hogy nem voltak nagy krízisek a szüret alatt, ahhoz ezzel a szakmaközi szerződéssel hozzájárultunk.

Tudjuk, hogy még nem értük el a végső célt, hiszen a legfontosabb cél hosszú távon az – egyetértve azzal, amit Tornai Tamás úr is mondott –, hogy az értékesítést növelni kell, viszont az értékesítést úgy fogjuk tudni növelni, hogyha az párhuzamosan megy egy minőségfejlesztéssel, és párhuzamosan folyik mellette egy minőségi kontroll, hiszen a kettőt akkor fogjuk tudni megtenni. Exportpiacra elkölthetünk bármekkora mennyiségű összeget, de hogyha egyszer a fogyasztó csalódik a magyar bor, az exportra került magyar bor minőségében, az a legrosszabb üzenet, hiszen onnantól kezdve a hitelességünket fogjuk elveszíteni, és az elnök úrnak, Léglí elnök úrnak egy nagyon komoly elképzelése, hogy a minőségellenőrzést, ennek a fontosságát folyamatosan, egy szelíd módszertannal, de folyamatosan fel kell vállalni annak érdekében, hogy mind a magyar, mind a külföldi fogyasztók szempontjából az alapkategóriák tekintetében is nagyon jó minőségű borok kerüljenek az asztalra.

Elnézést, ezt csak azért mondanám, hogy egy kicsit relativizáljuk, a múltkor ezzel a hasonlattal éltem: a borágazat olyan, mint egy hajó, amelyen különböző utasok vannak a különböző osztályoknak megfelelően, és nem fogjuk tudni egy első osztályon utazó utas kiszolgálását összehasonlítani egy harmadosztályon utazó utasnak az elvárásaival, a kettő teljesen más piacon mozog, más körülmények között mozog. Másrészt pedig – ahogy az elnök úr is utalt rá – azért itt, ezen a bortengeren mi inkább kis folyami utasszállító hajók vagyunk, a nagy óceánjárók azok, amely országokat az elnök úr megemlített: Olaszország, Franciaország, Spanyolország, az Egyesült Államok, ők azok, akik a globális borpiacot alapvetően meghatározzák termelési szempontból.

Kérdések, hozzászólások

ELNÖK: Igen, köszönöm szépen. Rögtön vissza kell kérdeznem, mert nekem a menet közbeni kimutatások alapján a szőlőfajták tekintetében a Bianca utána Kékfrankos volt még, most pedig azt hallottam, hogy a Furmint került a második helyre a legnagyobb mennyiségben leszedett szőlők tekintetében. Itt elég jelentős eltérések voltak még a májusi adatok, illetve a júniusi záró adatok alapján. Nekem akkor az volt, hogy Bianca mintegy 1370 hektárról, Kékfrankos 602 hektárról és Furmint 370 hektárról került bejelentésre. Most mintha azt hallottam volna, hogy a Furmint a második helyre lépett fel.

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): Igen, valóban azt mondtam, viszont elképzelhető, hogy akkor az én adataimban van valamilyen hiba, mert bár elméletben nem kizárható, de ez egy korábbi adatsor. Igen, itt még 1361 van a Biancára, akkor 1370 volt, de a Kékfrankos valószínűleg akkor megelőzi a Furmintot, tehát feltételezem, hogy az én adataim hibásak, elnézést kérek!

ELNÖK: Jó, majd kérnénk szépen egy végleges adatsort, hogy ezt tisztázzuk.

Erre a három első helyre, a három dobogós helyezettre azért mindenféleképpen hadd reflektáljak röviden! Azt tudtuk, hogy a Bianca nyerni fog, a terület nagysága és az olasz lédig borral való vetekedése az ő pozícióját veszélyezteti mindig a legjobban, ez szinte triviális. Még egy: nagy a

terméshozam, ennek következtében egy relatíve tisztességes térítést fognak kapni a gazdálkodók, hiszen a kétéves átlagtermés került meghatározásra az ellenérték tekintetében, tehát a térítés tekintetében. A Kékfrankos a második helyen már izgalmasabb – nekem a második helyen van. Ez egy magyar zászlós vörösborunk, röviden így fejteném ezt ki, ez megdöbbenő. Persze a tavalyi, előbb általam már említett mátraaljai, Eger környéki, Sopron környéki Kékfrankos-túldúsulás és el nem adott tételek persze elég rendesen megijeszthették ezeket a gazdálkodókat – persze majd területi lebontásban, és van ilyenünk is, érdemes lenne megnézni a Kékfrankos helyzetét. De a harmadik helyen a Furmint talán a leginkább szíven ütő történet, mert tudomásom szerint gyakorlatilag ez tulajdonképpen Tokajt jelenti, mert nem hiszem, hogy a más helyen lévő furmintosok közül – gondolok itt Tornai Tamásék borvidékére – bejelentkezett valaki is Furmint leszedésére, tehát itt valami van.

Utána megnéztem, és kikértem, és kaptam egy adatsort – remélem, ez is helytálló –, hogy mely borvidékek milyen nagyságrendben jelentkeztek be, és ebben persze a Kunsági borvidék az első, aminek megint triviális oka van: a legnagyobb területű mintegy 23 ezer hektárral, és itt található a legtöbb Bianca nevezetű szőlő, tehát ez triviális volt. A második hely szintén egy nagytestű borvidék, a Mátrai borvidék, valahol még ez is magyarázható. De a harmadik helyen a Tokaji borvidék van a leszedett szőlőmennyisége tekintetében, mármint a zöldszürettel leszedett szőlőmennyiség tekintetében.

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): Igen, de ez még nem történt meg, tehát ezek csak kérelmek, és nagyon kíváncsi leszek majd én is a végső számokra, hogy ténylegesen mennyi fog megvalósulni.

ELNÖK: Értem.

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): Méret tekintetében pedig ilyen szempontból azért Tokaj is a nagyobbak közé tartozik.

ELNÖK: Ez így van, de...

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): Összehasonlítható a kunságival.

ELNÖK: ...Tokajt sokan, a Turisztikai Ügynökségtől kezdve a kormányzati szervekig, meg mi magunk is valami különleges, extra, húzó, Magyarországot megismertető – meg nem tudom hányféle jelzót tudunk rátenni – területnek tartjuk, és ez így igaz, mert tudjuk az ottani adottságot, de akkor ott az alapszőlőkkel, az alapborokkal van egy kis baj, vagy legalábbis a gazdákkal. Én figyelem, hogy hány milliárd forint megy most Tokajra, nem a magyar borászatra, csak Tokajra a Debreceni Egyetemen keresztül, meg én nem tudom, ott is ilyen másfél milliárd forintokat látok az ottani marketingcsapatnak, meg..., szóval egyedül Tokaj háromszor annyi pénzt kapott, mint az összes egyéb magyar, 21 egyéb borvidék. Akkor itt lassan azt merném javasolni az érintetteknek, hogy úgy mélyében el kellene kezdeni feldolgozni, hogy akkor mi is történik ott, Tokajon, az új, megváltozott

borvidéki szabályok, amelyeket ők magukra nézve kötelezően hoztak, meg minden, ami az elmúlt három-négy évben történt, hogy ez akkor hogyan is lehetséges. Mert az utána lévők nagyságrendben is kisebbek, tehát a negyedik helyen nekem a Csongrádi borvidék van, a területi nagysága 566 hektár, a Tokaj borvidéken pedig akik bejelentkeztek – maradjunk ennél a szónál, hogy: „bejelentkeztek” – zöldszüretre, és nem tudjuk, hogy le is szedik-e, de a következő, a Csongrádi borvidék már csak 242 hektárral a negyedik helyezett, és innentől kezdve mindenki más nagyon kicsi, relatíve száz hektáros és annál alacsonyabb hektármennyiséggel nevezett be.

Én inspirálnám a kormányzati szerveket és a HNT-t, hogy valami komolyabb elemzéssel kezdjünk már el foglalkozni ezzel, hogy akkor mi történik most ott Tokajon, hiszen zászlósborként az MTÜ anyagában külön fejezet szól róla, és ez mind rendben van, mert valami éghajlati, földrajzi csoda, ami ott történik, hogy ott egyáltalán aszú képződik, ezt tudjuk, de mi van ott a tömegszőlők, a tömegtermő területek borászataival, szőlősgazdáival, hogyha ilyen mértékben jelentkeztek be szándék szerint – még egyelőre szándékról beszélünk – zöldszüretre.

Tudom azt, hogy természetesen – ahogy a helyettes államtitkár úr mondta – itt még vissza lehet lépni a zöldszürettől, csak akkor jelezni kell a meghatározott államigazgatási szerv, az Államkincstár felé, hogy nem két kifizetést, meg egyebet, meg majd maga bejelenti, tehát ez rendben van, de önmagában ez a jelenség, hogy a Tokaji borvidék a harmadik legnagyobb területtel, és a harmadik fajta szőlőnk nekem a kimutatásban maga a Furmint, még a Cserszegi fűszerest is megelőzi, amely örült nagy területen van, Cserszegi fűszeres. Az is idegesítő, mert egy illatos szőlőfajta, tehát ezzel is jó lenne kezdenünk valamit nemzetközi vagy brandelési vagy brand szinten, mert amennyit én tudok erről, illatos borból egyébként kevés van a világon úgy általában, amelyet ennyire lehetne márkázni, mint a Cserszegi fűszerest, és ebből igen nagy területeink vannak, majdnem minden borvidéken jelentős Cserszegifűszeres-területeink vannak, tehát nem ez lenne a sorsa szegénynek, hogy itt idő előtt leszedjék. Mert az, hogy az utána következő Aletta meg kunleány meg a Kövidinka – bár az egy kicsit fáj nekem, mert egy hektár Kövidinkával magam is kísérletezgetek (*Derültség.*), de nem személyről szól ez a történet –, tehát a többi talán még érthető, de a Furmint meg a Cserszegi fűszeres, az engem meglepett, akkor inkább ezt fejezném ki. Elnézést ezért a monológért!

Kérdezem, hogy van-e kérdés, észrevétel az elhangzottakhoz, az előterjesztők által elmondott gondolataihoz, illetve az adatokhoz. (*Jelentkezések.*) Igen, a képviselő úrnak adok először szót, majd pedig Tornai Tamásnak.

DR. STEINMETZ ÁDÁM (Jobbik): Köszönöm. Rengeteg kérdésem lenne, igyekszem önmérsékletet tartani az időre való tekintettel. A helyettes államtitkár úrnak szegezném mindjárt, hogy az Államkincstár kollégái fogják ellenőrizni a zöldszüretnek a megvalósulását, ha jól értem, de hogyan fogják ezt megcsinálni, hogy kell ezt elképzelni? Járják a sorokat, és megnézik, hogy maradt-e...?

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): Helyszíni ellenőrzéssel.

DR. STEINMETZ ÁDÁM (Jobbik): Jó, de erre van-e apparátus egyáltalán erre? Ezt az 5500 hektár szőlőterületet végigvizsgálni, ez fog-e jelenteni esetleg extramegterhelést, vagy ez kivitelezhető-e egyáltalán?

A második kérdésem talán inkább a szakmához szól, de megköszönöm, ha a helyettes államtitkár úr is válaszol, hogy a szőlő mint növény hogyan fog reagálni erre a beavatkozásra, hogy egy félig érett szőlőfürtöt leszakítanak a tőkéről, milyen kihatással lesz ez jövőre? Alapvetően itt a fejlődésére és a gondozására gondolok.

ELNÖK: Többet fog teremni.

DR. STEINMETZ ÁDÁM (Jobbik): Oké, akkor erre szeretnék választ kapni.

ELNÖK: Most pihentetjük.

DR. STEINMETZ ÁDÁM (Jobbik): Zöldszüret – továbbmegyek. Létezik-e esetleg itt a minisztériumban más megoldás is? Itt a túltermelést kellene megakadályozni, és az elmúlt években kialakuló felvásárlási problémákat, ugye, erre kínál egyébként egyfajta megoldást a zöldszüret is. Szóba jött-e, mérlegelték-e esetleg, hogy másképp vezetik le ezt a felesleget, akár szőlőlé formájában vagy szőlőcukorrá átalakítás vagy lepárlás formájában szeszipari alapanyagként, esetleg azokat a szőlőket, amelyek alkalmasak lehetnek rá, a közétkeztetésben – nyilván nem a tipikus borszőlőkre gondolok –, tehát azokat oda eljuttatni, azaz alternatív megoldások szóba jöttek-e, ha nem, akkor miért nem?

A negyedik kérésem az eltérések okairól szól. Akkor maradjunk a számoknál! A Kunsági borvidéken több mint 10 százalék érintett a zöldszürettel, hogyha jól számoltam, amiben viszont biztos vagyok, hogy a Balatonboglári borvidéken mindösszesen 29 hektár kérte a zöldszüretet, ami nem éri el a borvidék területének az 1 százalékát. A helyettes államtitkár úr említette, hogy itt megvannak tipikusan azok a fajták, a Bianca, a Furmint, ahogy hallom, és a Kékfrankos, de ezen kívül van-e esetleg még valami más összefüggés, hogy bizonyos borvidékeken nagyon nagy tömegével, nagy százalékban igényelték a zöldszüretet, máshol pedig igazából nem éltek ezzel a lehetőséggel?

Végezetül pedig – hogy egy kicsit haza is beszéljek, mármint Balatonboglárra gondolok –, a Balatonboglári borvidéken a megtermelt, a 3200 hektáron megtermelt szőlőnek a 70 százaléka nem helyben dolgozódik fel, hanem elviszik a borvidék területéről. Ez már egy régi probléma, a 90-es években privatizálták a BB-t, és azóta ez egy jelentős probléma. Erre nyújtana megoldást a feldolgozóüzemek létrehozása országszerte, de itt különösen. Korábban volt itt javaslat, hogy a BB-t vissza kéne vásárolni állami tulajdonba. Jelzem, hogy ennek most egy 8 hektáros üzemrész eladó, tehát van is eladási szándék a Henkel tulajdonosai részéről. Gondolkodik-e ebben a kormány? Illetőleg felmerült egy zöldmezős beruházásként egy feldolgozóüzemnek a létesítése, ez egyébként Gombos Sándor megyei NAK-elnöknek a javaslata is. Ehhez kapcsolódóan kérdezném, hogy mi a véleménye erről a kormány képviselőjének és a HNT-nek, hogy tudja-e a NAK álláspontját, illetőleg a helyi termelői csoportok igényét támogatni a BB visszavásárlásával vagy egy zöldmezős beruházással, amire már konkrét

tervek is vannak, és ár is készült – ez nem éri el egy futballstadion megépítésének az árát.

ELNÖK: Tornai Tamás!

TORNAI TAMÁS (Magyar Szőlő- és Bortermelők Szövetsége): Köszönöm szépen a szót, elnök úr. Kérem szépen, az elnök úr, illetve a képviselő úr már lényegében elmondta, amit mondani szerettem volna, ezért csak egy kiegészítéssel szeretnék élni. Az intézkedések, valamennyi intézkedés rövid távú intézkedés, a helyettes államtitkár úr ezt is elmondta. A termés jövőre, azt gondolom, ha minden rendben megy, ugyanekkorra lesz. Tehát anélkül, hogy hosszútávon nem próbáljuk megoldani a problémánkat, azt gondolom, nyugodtan mondhatnánk azt is, hogy akár ki is lehetne vágni ezeket a szőlőket, mert teljesen mindegy, hogy leszüreteljük évente zöldszüretként, vagy kivágjuk őket. Én tehát a probléma súlyára nézve szeretnék csak jelzést adni, hogy a piacfejlesztés fontossága mennyire erős, és valóban egyet tudok érteni azzal, hogy a piacfejlesztés egyúttal termékfejlesztési megoldást is jelenthet, tehát nem csak borban szabad gondolkodni. Egyébként amikor a Biancáról beszélünk, egy rezisztens fajtáról beszélünk, akkor nyugodtan mondhatnánk, hogy azt a térséget támogassuk abban például, hogy bioborokat állítsanak elő, és azt próbáljuk meg piacra vinni – de ez egy kicsit tovább mutatna.

Szeretném kezdeményezni egy olyan, mondjuk úgy, hogy bizottság – vagy nem tudom, minek nevezzük – összehozását, amely egyrészt a szakmai szervezeteket tartalmazza, másrészt pedig azokat a kormányzati szereplőket, amelyek valamennyien érdekeltek ebben. Ebben benne van az Agrárminisztérium mint az egyik legfontosabb szereplő, de a gazdasági minisztérium, a Külgazdasági és Külügyminisztérium, hogy az exportpiacokat megtaláljuk, illetve az a minisztérium is, amelyhez a Turisztikai Ügynökség tartozik, és azt gondolom, hogy ezen keresztül lehetne egy hosszú távú megoldást találni, mert egyébként a problémát csak görgetni fogjuk magunk előtt. Köszönöm szépen.

ELNÖK: Köszönöm szépen. Ki válaszol? *(Jelzésre:)* Helyettes államtitkár úr adja meg a választ.

Válaszok, reflexiók

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): Köszönöm szépen, igen, csak nagyon röviden. Az ellenőrzéseket végre kell hajtani. Valóban feszes lesz, de az Államkincstár ezt vállalta, és végre is fogja hajtani.

A szőlőre biológiai értelemben káros hatással a zöldszüret nincsen, nyilván a következő évi termés – ha egyébként semmilyen módon nem kerül szabályozásra a termelő által – adott esetben több is lehet, ez nyilván évjárat, időjárás, adottságok, természeti károk, s a többi, sok mindennek a függvénye, de ez lehetséges.

Hogy milyen más intézkedésekben gondolkodtunk, azt is relatíve egyszerű megválaszolni: erre a két intézkedésre, támogatott intézkedésre ad lehetőséget az EU borpiaci szabályozása. Nyilván egyéni levezetési módok többféle módon lehetségesek, uniós szabályozási szempontból támogatott módon ez a két intézkedés lehetséges.

Hogy miért van akkora különbség a borvidékek között az zöldszüreti intézkedés várható – és ezt megint szeretném kihangsúlyozni, tehát még nem vagyunk a végén – alkalmazásában? Nyilván ott, ahol adott esetben biztosítottak látja a termelő a felvásárlást, mert akár hosszú távú, jó üzleti kapcsolattal rendelkezik a felvásárlóval, akár egyéb biztosítéka van, ott nincs indok számára, hogy így tegyen, azokon a borvidékeken, ahol nagyobb kockázatát látják a szőlőtermesztők annak, hogy az árujukat, a termésüket nem fogják felvásárolni, ott nyilván szívesebben nyúltak hozzá, de az országos átlag 9 százalék. Tehát így állunk.

Balatonboglárra nézve jelenleg semmit nem tudok mondani, tehát nálunk ez nincsen napirenden. Köszönöm szépen.

ELNÖK: Brazsil Dávid!

DR. BRAZSIL DÁVID főtitkár (Hegyközségek Nemzeti Tanácsa): Köszönöm szépen, elnök úr. A Borászati füzetek júniusi számában pont ezzel foglalkoztunk, a szőlőnövény élettani hatásaira vonatkozó hatásokkal, illetve azzal, hogy a zöldszüretet hogyan kell elvégezni. Én ezt nem szeretném részletesen elmondani, de eljuttatunk a Mezőgazdasági bizottság tagjainak egy-egy példányt ebből a Borászati füzetekből, amely 3500 példányban jelenik meg minden második hónapban. Ennek a növényélettani hatásaival tehát foglalkoztunk.

A balatonboglári üzemmel kapcsolatban Léglí Ottó elnök úr mint a borrégió, borvidék küldöttje többször nyilatkozott, és szerintem ő nyilatkozta először ennek a zöldmezős beruházásnak a fontosságát. Mivel ez borvidéki kérdés alapvetően, ezt a borvidék intézi, de én úgy tudom, hogy a borvidék vezetősége a kamarával közösen napirenden tartja ezt. Ennekem további információim ezzel kapcsolatban nincs.

Az Iskolagyümölcs-programba való bevonásról készítettünk egy előterjesztést, amelyet annak idején átadtunk a minisztériumnak. Mi is teljes mértékben támogatjuk azokat az egyéb levezetési módokat, amelyekkel a szőlőgyümölcs étkezési célú felhasználása lehetséges. Természetesen erre – ahogy a képviselő úr is elmondta – nem minden fajta alkalmas, de vannak kettős hasznosítású fajták. Itt utána ez már okozhat nehézséget, hiszen hogyha szerkezetátalakítással telepítettek egy Irsai Olivért, azt csak borszőlőként lehet felhasználni, vagy jogosulatlan támogatásfelhasználásról beszélünk, tehát ilyenkor mindig, minden esetben hangsúlyozni kell a termelői felelősséget, a termelői döntés felelősségét is.

ELNÖK: Köszönöm szépen.

Még egy megjegyzés, mielőtt a helyettes államtitkár úrnak szót adnék. Keveset beszélünk a lepárlásról, de információim szerint ez a 100 ezer hektó már betelt, tehát már bejelentkeztek ennyien az Aranykapuhoz, én ezt így tudom. Csak kérdezem, hogy van-e nagyobb keret a lepárlási kapacitás függvényében. Nekem ez az információim, nem ellenőrzött információ, ezt hozzáteszem.

Tarpataki Tamás!

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): Akkor két dolgot szeretnék mondani – eredetileg csak egyet szerettem volna – sorrendben. Egy mondat – és kérem szépen, hogy ezt mindenki tegye

lehetőleg minél teljesebb mértékben magáévá -: az iskolaprogramok általában, tehát az iskolatej és az iskolagyümölcs is alkalmatlan piaciválság-kezelésre.

ELNÖK: Igen.

TARPATAKI TAMÁS helyettes államtitkár (Agrárminisztérium): Ezt most nem tudom bővebben kifejteni, de ez tény. Egy évben egyszer történnek meg a szerződéskötések, és ha ezen túl vagyunk már, akkor semmilyen módon nem lehet belenyúlni a programba.

A másodikkal kapcsolatban: ott a rendelet még nem jelent meg. Tehát az lehet, hogy informálisan bejelentkeztek, de még nem...

ELNÖK: Így van, informálisan elkezdtek az üzemnél jelentkezni az érintettek, hogy körülbelül ennyivel szeretnének majd jelentkezni. Mert ha jól értem a megjelentetni szándékozott rendeletet, a lepárló üzemre bízzák ennek az egész bonyolítását, ha jól értem körülbelül, és ezt az érintettek tudják, és ezért elkezdtek a lepárló üzemnél jelentkezni, hogy ők körülbelül ennyivel, 500 meg ezer hektóval jelentkeznének, és ez a kis füzetecske, a kis kockás füzetecske telik, úgy hallom, hogy betelt. Ha lennének szívesek esetleg felvenni a kapcsolatot az érintett üzemmel, és egyeztetni, hogy kell-e esetleg újabb százezer hektoliterre megnyitni a lehetőséget, vagy hogy van-e tárolási lehetőség! Mert itt következik egy gond: hogy akik majd jelentkeznek erre, ők azt gondolják, hogy azonnal leszállítják a lepárlandó mennyiséget, közben az üzem nem győzi fogadni, de közben neki megindul a szüret, és kellene a hely, tehát itt jön egy egész komoly logisztikai feladat, hogy a lepárlásra felajánlott mennyiséget idő közben hol tárolják. Erre egyébként szintén vannak egész komoly tárolókapacitással rendelkező cégek – ha kell ebben segítő közvetítést tudok majd biztosítani –, lehet, hogy átmenetileg le kell tárolni valahol a lepárlásra már nyertes bormennyiséget ahhoz, hogy egyáltalán ez az üzem szólt tudjon felvásárolni, hogy be tudja tárolni az idej friss mustot.

Van-e további kérdés, észrevétel? (*Senki nem jelentkezik.*) Ha nincsen, akkor én megköszönöm a velem való együttműködésüket, mert nekem tíz perce elkezdődött már egy másik szigorú megbeszélésem, és most gyorsan próbálok odaérni... (*Jelzésre:*) Igen, Rókusfalvy Pál!

RÓKUSFALVY PÁL elnökségi tag (Vindependent): Csak még mielőtt az elnök úr elmegy, azért elnézést kérve annyit – nem akartam eddig megszólalni, így is félve nézek az órára, mert valószínűleg akkor pont egy órával ülnék tovább itt, hogyha mindenhez hozzászóltam volna –, hogy a Vindependent azoknak a kistermelő családi gazdaságoknak az összességét jelenti, akik a minőségi borkészítéssel foglalkoznak.

Sajnálattal nagyon gyorsan csak két dologra hadd reflektáljak! Egyrészt a zöldszürettel kapcsolatban annak tudatában, hogy nemrég még a Furmint évről beszéltünk, és a Kékfrankos éve is felmerült, sajnálkozva bízom abban, hogy a Bianca éve nem jelzi ezeknek a folyamatoknak a folytonosságát. Ugyanakkor a szüret ellenőrzése, a zöldszüret ellenőrzése, amit a képviselő úr felvetett, azért bennem is kérdéseket vet fel, már csak ha a másodtermésre gondolok mint gyakorlott borász, mondjuk egy ekkora területnél az is jelentős lesz. Kérdés, hogy lesznek-e rá szakemberek.

Nem volt olyan szívderítő ez a három pont, kivéve az első pontot, ahol valóban azt gondolom, hogy ez politikai döntés, már aszerint, hogy egy ilyen magyarbor-arculat, egy magyarbor-koncepció, ha a megfelelő összeggel meg van támogatva, akkor fog tudni működni, és nem fog az előző évekhez hasonlóan elvérezni.

Ugyanakkor én az egyebek kérdéskörnél egy teljesen új dolgot hozok be, de engedjék meg egy mondattal, mert örömmel látom, hogy itt érdeklődő tekintetek vannak minden hivatal részéről, és nem elvive a dolgot, csak szeretném, ha egyetlenegy mondat azért a jegyzőkönyvben szerepelne. A Vindependent nagyon szeretné, ha foglalkoznának vele, és a figyelmébe ajánlja ennek az albizottságnak, és a jelenlévők figyelmébe szeretnék ajánlani az úgynevezett reprezentációs és üzleti ajándék – a köztudatba repiadóként átmenő – adó dolgait. Mi nagyon lobbiznánk érte, illetve szeretnénk, ha ebből a bort mint terméket kivennék, és az előző három pontot figyelve bármelyik pontot segítené ez a dolog, ugyanis jelentős, a mi tagságunk szempontjából óriási arányban jelentős részét a boreladásnak az év végi boreladások jelentik, és nagyon nehéz ma olyan piaci körülmények között ezeket az egyébként kész borokat, termékeket eladni, hogy azért a vevőnek másfélszeres árat kéne fizetnie a különböző terhelő adók tekintetében. Úgyhogy szeretnénk a figyelmükbe ajánlani ezt, és kérni ennek esetleg a megfontolását, átgondolását, hogy lehetséges-e az, hogy ebből a körből mint termék kikerüljön, ugyanis ez jelentősen segítené, gondolom, nemcsak a mi tagságunk megélhetését, hanem a hazai boreladás, a minőségibor-eladás tekintetében, azt gondolom, több ezer bortermelő esetén ez már talán egy jelenetős része lehet annak a dolognak, ami segítené a munkánkat. Köszönöm szépen, ennyi lett volna, és elnézést kérek, hogy ezt mondjuk 12 óra 12-kor tettem meg.

ELNÖK: Igen, köszönöm szépen. A repiadó című történethez: három évvel ezelőtt kezdeményeztem Varga Mihálynál ugyanezt a kérdést az egész hungarikum termékkörre kiterjesztve, hogy legalább hungarikumokat ajándékozzunk egymásnak, amikor ilyen történik. Sajnos nagyon negatív választ kaptam, egyértelműen jelezték, hogy a mai EU-s szabályozás nem tesz lehetővé kivételt. Magyarul: ha meghozunk egy jogszabályt – és így járt a népegészségügyi termékadóval a pálinka –, az alól nem lehet mentességet adni, próbáltuk, de EU-eljárás lett belőle, és vagy kőkeményen megbüntettek, vagy visszakattintjuk, azaz homogenizáljuk az adómértéket minden termékre, amely abba a körbe belekerül. Tehát nem engednek kivételt tenni. Magyarul: vagy nincs repiadó, és akkor egyik terméknél sincs, vagy hogyha van, akkor abból kivenni semmit nem lehet – ez az általános EU-direktíva.

Én megköszönném, hogyha a Vindependent erre nézve feltenne egy kérdést a Pénzügyminisztériumnak, hogy a jelenlegi tudásunk szerint mi a helyzet. Ez három éve volt, akkor egy hónapig tárgyaltuk ezt a pálinkaszövetség vezetőivel – ott a pálinkára gondoltak a pálinkaszövetség vezetői érthető módon –, hogy mint hungarikummal kivételt lehetne-e azzal tenni, és egyértelműen több oldalnyi törvényi leíratot kaptunk, hogy miért nem lehet. De hogyha egy szakmai szervezet ezt megindítja, én örömmel venném, mert akkor újra felmelegítjük ezt a pitét, hogy más oka, módja lenne e ennek a kérdésnek.

RÓKUSFALVY PÁL elnökségi tag (Vindependent): Köszönöm szépen. Pusztán csak azért gondoltuk ennek a kérdésnek a felvetését, mert az elmúlt időszakban számtalan ilyen pozitív kezdeményezés volt, és egy-két dologban hátha átmegy. Az elnökség ezt mindenképpen fel fogja vetni akkor a megfelelő fórumokon, Varga úrnál is.

Egyebek

ELNÖK: Jó, köszönöm szépen.

Formálisan a 3. napirendi pontot lezárom, és már a 4-est is majd nem, hiszen egyebekről is beszéltünk. Elnézést kérek, megmondom őszintén, az utóbbi öt-hat ülésünk két óra alatt általában befejeződött, ezért mertem most is 2 órára tippelni, hogy fél 10-től fél 12-ig ki tudjuk tárgyalni a témákat, de izgalmasabb témák voltak, amelyek miatt túlcúsztunk az időben. Ezzel akkor az egyebeket is lezárnám, és esetlegesen a szakmaközi szervezetek és az érdekképviseletek szervezetek részére nyitva áll az a lehetőségünk, hogy a titkárságunk elérhetőségét ismerve ha témaköröket szeretnének javasolni, akkor azt megtegyék.

A következő ülésünk várhatóan – mint ahogy szoktuk is – a szüret nagybani véghezvitele után, szeptember végén, október elején lesz, még Tokajban szokott olyankor szüret zajlani, de a többi borvidéken már nem, és akkor kérünk egy friss jelentést, hogy hol tartunk, mi történik Európában, mi történt Európában az éghajlati viszonyok miatt, hogy ez a borzasztó, 40 fokos hőség okozott-e esetleg veszteséget a francia, spanyol borvidékeken, hogy egyáltalán lássuk, hogy zárul az európai borpiaci év, és hogy nyílik meg az új borpiaci év. Erre teszek majd javaslatot, hogy október elején..., hát, akkor persze önkormányzati választás lesz, tehát valószínű, hogy az önkormányzati választások utáni első alkalomra fogom kitűzni majd az albizottság ülését.

Az ülés berekesztése

Köszönöm szépen a részvételüket, az ülést berekesztem.

(Az ülés befejezésének időpontja: 12 óra 14 perc)

Font Sándor
az albizottság elnöke

Jegyzőkönyvvezető: Molnár Emese