



Ikt. sz.: MGB-42/23-6/2023.

MGB-11/2023. sz. ülés
(MGB-20/2022-2026. sz. ülés)

J e g y z ő k ö n y v

az Országgyűlés **Mezőgazdasági Bizottsága**,
2023. november 28-án, kedden, 10 óra 04 perckor
az Országház Darányi Ignác termében (földszint 4.)
megtartott üléséről

Tartalomjegyzék

<i>Az ülés megnyitása, a határozatképesség megállapítása, a napirend elfogadása</i>	5
<i>Tájékoztató a Nemzeti Bormarketing Stratégiáról</i>	5
<i>Rókusfalvy Pál tájékoztatója</i>	5
<i>Kérdések</i>	15
<i>Az elnök kiegészítése</i>	19
<i>Rókusfalvy Pál kiegészítő válasza</i>	21
<i>Egyes agrártárgyú törvények módosításáról szóló T/6075. számú törvényjavaslat</i>	
<i>(Részletes vita a HHSZ 44-45. §-a alapján)</i>	23
<i>Határozathozatalok</i>	23
<i>Egyebek</i>	24
<i>Az ülés berekesztése</i>	24

Napirendi javaslat

1. Tájékoztató a Nemzeti Bormarketing Stratégiáról
Tájékoztatót ad: Rókusfalvy Pál, nemzeti bormarketingért felelős kormánybiztos
2. Egyes agrártárgyú törvények módosításáról szóló törvényjavaslat (T/6075. szám)
(Kormány - agrárminiszter)
(Részletes vita a HHSZ 44-45. §-a alapján)
(Kijelölt bizottság)
3. A termőföldek beépíthetőségének korlátozásáról szóló törvényjavaslat (T/5928. szám)
(Szabó Rebeka (Párbeszéd) képviselő)
(Döntés képviselői önálló indítvány tárgysorozatba vételéről)
4. Magyarország GMO-mentességének megőrzéséről szóló politikai nyilatkozatra vonatkozó javaslat (P/5970. szám)
(Dr. Keresztes László Lóránt, Bakos Bernadett, Csárdi Antal, Kanász-Nagy Máté, Ungár Péter (LMP) képviselők)
(Döntés képviselői önálló indítvány tárgysorozatba vételéről)
5. Egyebek

Az ülés résztvevői

A bizottság részéről

Megjelent

Elnököl: Font Sándor (Fidesz), a bizottság elnöke

Földi Judit (DK), a bizottság alelnöke
Dankó Béla (Fidesz)
Horváth István (Fidesz)
Pócs János (Fidesz)
Mihálffy Béla (KDNP)
Bencze János (Jobbik)
Dócs Dávid (Mi Hazánk)

Helyettesítési megbízást adott

Czerván György (Fidesz) Dankó Bélának (Fidesz)
Gyórfy Balázs (Fidesz) Font Sándornak (Fidesz)
Kovács Zsolt (Fidesz) Pócs Jánosnak (Fidesz)

A bizottság titkársága részéről

Vásárhelyi Pál bizottsági munkatárs
Fodor Tímea ügyintéző-titkárnő

Meghívottak

Hozzászólók

Rókusfalvy Pál, nemzeti bormarketingért felelős kormánybiztos
Dr. Prónay Bence tanácsadó
Andréka Tamás közigazgatási államtitkár (Agrárminisztérium)

(Az ülés kezdetének időpontja: 10 óra 04 perc)

Az ülés megnyitása, a határozatképeség megállapítása, a napirend elfogadása

FONT SÁNDOR (Fidesz), a bizottság elnöke, a továbbiakban ELNÖK: Jó napot kívánok! Szeretettel köszöntöm a bizottság tagjait.

Köszöntöm a munkánkat segítő tisztviselőket, köszöntöm mindazokat, akik figyelemmel kísérik bizottságunk nyílt ülését. Köszöntöm mindazokat, akik már az 1. napirendi ponthoz érkeztek előadóként. Őket majd még külön is, az egyes napirendi pontoknál köszöntöm.

Előtte azonban nekünk a napirendtervezetet kell megvitatnunk és elfogadnunk. Az előzetesen kiküldött napirendtervezetben négy napirendi pont szerepelt és még az egyebek is.

A 3-4. napirendi pontban jelzett tárgysorozatba vételt, amely egyrészt a Párbeszéd részéről, másrészt az LMP részéről egy politikai nyilatkozattervezettel készült és annak tárgysorozatba vétele volt még a tervezetben feltüntetve, az előterjesztők kérték levenni a mai napirendről.

Ezek után csak két napirendi pontunk marad, amelyben az első olvashatóan a Nemzeti Bormarketing Stratégiáról szólna, a második pedig a múlt héten tárgyalt egyes agrártárgyú törvények részletes vitáját jelentené.

Tehát kérdezem, hogy az előterjesztők által most már javasolt és levett két napirendi pontot nem számítva, az így megmaradt két napirendi ponttal, valamint az egyebek napirendi ponttal ki az, aki egyetért. Aki igen, az kézfeltartással ezt jelezze! (Szavazás.) Ez egyhangú, ezek szerint fogunk haladni.

Tájékoztató a Nemzeti Bormarketing Stratégiáról

Az első napirendi pontunk tehát tájékoztató a Nemzeti Bormarketing Stratégiáról. Itt köszöntöm Rókusfalvy Pált, a Nemzeti Bormarketingért felelős kormánybiztos urat. Köszönöm szépen, hogy az egyeztetéseket követően sikerült időpontot találnunk erre a tájékoztatóra.

Aki figyelte a múlt heti és az azt megelőző nyilatkozatokat, na jó, annak előtti időszakában nem hallhatott sokat a munkáról, ennek bizonyos okai megvolt, de múlt hét óta több információs felületen is a kormánybiztos úr nyilatkozott erről, az általa kapott és vezetett munkáról.

Szokásunknak megfelelően ilyenkor megkérem az előadót, hogy az általa tartott legfontosabbokról tájékoztassa a bizottságot a megbízás hatásterületéről, az általa elképzelt vezetett munkáról és az eddig elért eredményről, a kitűzött célokról. Utána a bizottsági tagok intézhetnek kérdést az előterjesztőhöz. Megadom a szót a kormánybiztos úrnak.

Rókusfalvy Pál tájékoztatója

RÓKUSFALVY PÁL kormánybiztos (Előadását prezentáció kíséri): Köszönöm szépen. Jó reggelt kívánok. Szeretettel köszöntök én is mindenkit. 2022. július 11-én neveztek ki Nemzeti Bormarketingért felelős kormánybiztosnak. A feladatom, ahogy ez a kinevezésben is szólt, a Nemzeti Bormarketing Stratégia megalkotása és annak megvalósítása.

Az elmúlt időszakban - ugye, ez egy picivel több, mint egy év, másfél év - gyakorlatilag 2023 elejére elkészült az a stratégia, amit elnök úrnak épp az előbb kinyomtatva a kezébe adtam. Ez egy 600 oldalas anyag, ami gyakorlatilag egy összefoglaló, illetve azt követően egy 100 oldalas összefoglalót követően körülbelül 400 oldal kutatás és különböző status quoknak az összegzése.

Erről készültem egy prezentációval önöknek, illetve mindegyikük asztalára kiraktam ennek a Nemzeti Bormarketing Stratégiának egy olvasmányosabb, rövidebb változatát, ami már egyben a következő másfél év akcióterve.

Ez az operatív program azért fontos, mert gyakorlatilag az előzetes terveknek megfelelően folyamatosan mindig a következő másfél évre tudunk egy olyan operatív programot készíteni, amit a stratégia alapján megvalósítani szándékozunk.

Mi is történt eddig? A stratégia elkészülte után gyakorlatilag szembesültünk a hazai és a külföldi status quoval. Megnéztük, amit tudunk, hogy egyébként nem könnyű a helyzet. Nyilván mindenki tisztában van a korábbi állapotokkal, miszerint eddig a kormányzaton belül több szervezet is foglalkozott bormarketinggel, a Kabinetirodához tartozó Turisztikai Ügynökség a borturizmussal, az Agrárminisztériumhoz tartozik az Agrármarketing Centrum, ez a marketingrészével foglalkozott, illetve a Külgazdasági Minisztérium úgy mint a HEPA-n vagy CED-en keresztül a borexporttal. És nyilván a szakmaközi szervezetnek, a Hegyközségek Nemzeti Tanácsának is van önálló Bormarketing Bizottsága. Látható, hogy ez a sokszínűség ebben a formában nem feltétlen a legeredményesebb.

Általában az osztrák példát szoktuk hozni. Aki követi az eseményeket, tudja, hogy ott '85-ben volt egy úgynevezett borhamisítási ügyük, ez a glikózbotrány, azt követően '86-ban egy nagyon szigorú bortörvény. Ez nálunk 2020-ban történt, tehát egy picit később, 35 évvel később, illetve '87-től dolgozik az osztrák bormarketing ügynökség; csak így a szokásos ausztriai labormintát vettem én is segítségül, hogy lássuk nagyjából a helyzetünket.

Az elmúlt időszakban, az elmúlt harminc évben szeretnénk volna megérteni, hogy mi történt. Én magam egyébként körülbelül két és fél-három évtizede szintén ennek az ágazatnak az egyik résztvevője vagyok bortermelőként, de '91 óta, azaz 32 éve gyakorlatilag saját kommunikációs ügynökségemet is vezetem, tehát ilyen értelemben látom mind a két oldalt.

A hazai status quoról néhány gondolat, hogy hogy áll a jelenlegi állapot. Optimistán 60 ezer hektárt írtunk, de ötven-egynéhány ezer hektárról szüreteltek idén a gazdák, és tudjuk jól, amikor egy szüret egy-két évig nem történik meg, az a szőlő előbb-utóbb ki lesz vágva. Talán vannak, akik emlékeznek arra is, hogy valamikor még a rendszerváltás előtt ez 200-250 ezer hektár volt. Szerettem volna megérteni, hogy mitől van az, hogy az ötödére csökkent a terület nagysága.

Ennél is rosszabb szám azonban az, hogy jelenleg a magyar bor piaci ára, exportára 90-95 eurocent körül van, tehát nem egész 1 euró. Az előző osztrák példát folytatva ez 3 és 4 euró között van a sógoroknál.

Szétaprózódott fajtaszerkezet, néhány egyedi fajta, elavultak az ültetvények. Itt talán majd a következő táblázatok valamelyikében látható, a Hegyközségek Nemzeti Tanácsa friss adataiból látni, hogy a birtokok 83 százaléka 3 hektár alatti; méltatlanul kicsi. Csak gyorsan, mondjuk, chilei példa: ott 5000 hektáros birtokok is vannak.

Nagyon nem segít a borfogyasztás tekintetében, hogy azt detektáltuk, hogy a borfogyasztók köre idősödik, tehát komoly kutatásokat végeztünk, és megnéztük azt is, hogy milyen az Unió alkoholpolitikája, ami nyilván nem túl jó.

Nagyon nagy dilemmánk a sokszínűség, mert kommunikációs szempontból nem mindig sikeres. 22 borvidéken több, mint 200 eredetvédett termékünk van, ezt kommunikációs szempontból lehetetlen kezelni. Az osztrákoknál csak kimondjuk, hogy grüner welteliener, és mindenki tudja, hogy mindenki tudja, hogy miről van szó; és mögötte néhány olyan fajta, amikre ők méltán büszkék.

Hogy is állunk a borok piacával az alkoholpiacon? Jelenleg a világ termése a 2021. évi utolsó adatunk szerint 260 millió hektoliter. Egy pillanatra előremegyek, és itt láthatják, hogy a fogyasztásunk viszont csak 236 millió hektoliter a világban, pont 10 százalékos túltermelésről beszélünk.

Amit értenünk kell egy ilyen esetben, hogy ezzel a túltermeléssel gyakorlatilag olyan felesleget képezünk, amit nem iszunk meg, azzal valamit kell csinálni. Egyébként a boroknak körülbelül a felét Európa termeli, és fogyasztja is el, ami szintén fontos szempont; 48 százalék pontosan a fogyasztás.

A világkereskedelemben fontos szempont, hogy nagyjából azokat az exportáló országokat látjuk a táblázaton, akik gyakorlatilag Spanyolországtól egészen Magyarorszáig bezárólag nagyjából a világ vezető exportországai között mi itt állunk jelenleg a sorrendben.

Az importálókat is nézzük meg, ami nekünk azért fontos, hiszen arra támadunk, őket akarjuk elérni, őket szeretnénk megtalálni: az Egyesült Államok a leginkább egy olyan piac, ahol egyébként a nagysága az érdekes a számunkra, de ott is a borfogyasztással nagy a gond, de hát, még így is 168 milliós az a lakosság, akit el lehetne, és el is szeretnénk érni. Nekünk mondjuk fontosak, de majd a későbbiekben mutatom a pontos detektációs piacot, hogy hova érdemes elmenni, és mi mit gondolunk erről az egészről.

Fél évet töltöttem azzal egy szűk szakértői csapattal, és szerettem volna megérteni is, hogy mi is van ebben a 600 oldalban, hogy mi történt a világban, mitől van az, hogy az elmúlt harminc évben több borstratégia készült Magyarországon is. Ezeket átolvastam, korábban is egyébként, 2009-ben magam is megkaptam ezeket pont ilyen szempontból, hogy olvassam át, és gondolkozzak róla.

A legtöbb anyagban talán az volt a hasonlóság, hogy mindegyiken volt egy vízió, erre készültek különböző hipotézisek, hogy mit kéne csinálni, de ezt követően rögtön az operatív program készült el, amit önök is a kezükben láttak, és hiányzott nekem az a kutatói munka, ami alapján meg tudjuk nézni, hogy merre tart a világ.

Ugyanis én az elmúlt harminc évben a kommunikációs világban is így dolgoztam, hogy érdemes kutatásokkal megmerítkezni, megmérni, hogy nagyjából mitől van az, hogy harminc éve költjük a pénzt, ugyanakkor szakadunk le a világ élvonaláról.

Ebben egyébként segítségem volt, olyan partnereim voltak, ami a múltamból adódik, hiszen én az elmúlt 17 évben gyakorlatilag nemcsak egy Borászok Borásza-díjat alapítottam, nemzetközi borkonferenciát és pezsgőkonferenciát tartunk társaimmal együtt, tehát nagyon jó a kapcsolatunk mind a hazai, mind a külföldi szakgárdával, szakemberekkel, így pontosan tudtam, hogy Európában a legközelebbi komoly olyan egység az Geisenheimi Egyetem kutatóintézete, akikkel érdemes leülni, és ott van egy olyan szakértő, Prof. Dr. Szolnoki Gergely, aki kellőképpen viseli, illetve képviseli a magyar érdekeket is.

Velük végeztünk kutatást az irányba, hogy nézzük meg, hogy merre tart a világ, és merre tartunk mi. Ezt a kutatást nem lehetett megspórolni, ezt a kutatást kellett végigvinni, és rögtön reflektálok annak az anyagnak az elmúlt időszakban népszerű első oldalára, ami annyit takar magában, hogy nem nyilvános. Ez ügyben kaptam kérdéseket is, hogy miért nem nyilvános, hogyha már ilyen sokat dolgoztunk rajta.

Ez nem államtitok, ez egyszerű üzleti titok. Amit mi dolgoztunk, azt azért tettük, hogy ez egy munkaanyag legyen a decemberben fölálló Magyar Bormarketing Ügynökségnek, amelyet az állam alapított. Jelenleg 2022 decemberében fölállt ez az ügynökség, és szintén külföldi tanulmány alapján úgy prognosztizáltuk, hogy ez egy kicsi, rugalmas, reklám-, marketingügynökség lesz, amely azzal foglalkozik, hogy a magyar bor értékét próbálja operatív módon Magyarországon és a világon emelni. Ez a fő célunk, ez a fő célom nekem mint kormánybiztosnak, és az általam felügyelt ügynökségnek is ez a feladata, hogy kellő alaposággal, védhetően, tudományosan és jól gazdálkodva, az éves felhasználható büdzsét arányosan és hatékonyan költse el.

Tehát megalakítottuk ezt az ügynökséget. Látjuk a tanulmányokból, a kutatásokból, hogy merre tart a világ, és ha szabad, akkor ennek részleteivel mennék

tovább. Megnézzük, hogy milyen veszedelmek, fenyegetéseink vannak, és merre szeretnénk haladni.

Nyilván nem kell mondani, hogy az összes közül a legnagyobb, ami a mezőgazdaság többi ágazatát is érinti, az a globális felmelegedés. Ugye, tudjuk jól, hogy ha látjuk azt a trendet - és ilyenkor jó, ha tudjuk, hogy mik a trendek, mik azok az irányok a világban -, hogy az alkoholcsökkentett vonal nagyon erős, tehát ma bárhol a világon azt az egészségtrendet érzékeljük, és ez nemcsak a magyar, hanem Európa, illetve a világ alkoholfogyasztóira is jellemző, hogy a csökkentett alkoholtartalom egyre népszerűbb. Sőt, ahogy látják a söriparnál például, az alkoholmentes sörök pár éve még mindenki számára egy furcsa kérdőjel volt, ma a söröspiac 7 százaléka jelenleg alkoholmentes. Ez be fog következni a bornál is.

Még ma szokatlan, ezt a magyar borászoknak is sokszor elmondom, az alkoholmentesített bor a következő öt év egyik legnagyobb trendje, legnagyobb kihívása lesz, és ezeket a trendeket, ezeket a csökkentettalkoholos megoldásváltozatokat, lehetőségeket próbáljuk mi is kutatásokkal megalapozva a jövőben előtérbe helyezni.

Ha csak arra gondolunk, hogy ezek a kutatóintézetek, akik jelenleg Magyarországon is dolgoznak - és ezt azért tudom, mert épp a múlt héten pont a pécsi kutatóban jártunk, előadást tartottunk és konzultáltunk termelőkkel és a kutatóintézet vezetőivel -, legfontosabb kihívásunk ennek a piacnak a feltérképezése, hogy öt év múlva, amikor ez már látható piac lesz, akkor pontosan tudjon majd dolgozni.

Visszatérve a fenyegetettségekhez. A globális felmelegedés mellett, ami minél korábbra hozza a szüreti időpontot, ez nekünk pont ellentétes irányba megy a kívánalmainkhoz képest, mellette a Covid, majd a háború és az innen származható alapanyagárak, energiaárak, nyersanyagok költségei, szállítási díjának emelkedése gyakorlatilag költségszinten értelmetlennek tette az egyébként is megterhelt borágazatot, és nyilván a fogyasztókat ugyanúgy terhelte ez a környezet.

A nemzetközi kereskedelmi háborúk sem segítenek, de ha azt mondjuk, hogy az alkoholospiacon a sörágazat vagy a töményitalos ágazat gyakorlatilag a bor előtt van: 40 százalék jelenleg az alkoholospiacnak a sör részesedése, 30 százalék a tömény ital és 23 a bor, a többi pedig a különböző más, gyümölcsös termékek.

Nem nagyon szeretünk róla beszélni, de tény, hogy a cannabis legalizálása a környező országokban szintén befolyásolja, főleg egy olyan Európai Unióban, ahol a határon össze-vissza tudnak az emberek mozogni, bár nálunk ez nem egy legalizált, engedélyezett termék, ezzel együtt gyakorlatilag ha megnézik a térképet, körbevesznek Európa országai, ahol már gyakorlatilag elfogadott, legális termék a cannabis.

A cannabis alapú mámszerzés gyakorlatilag a fiataloknál egy tetten érhető, megfogható trend. Egy amerikai kutatásra hívnám föl a figyelmet. Egyetemisták között legalizált, illetve valid válasz volt a kutatásban, hogy azért nem bort isznak egy esti bulin, hanem inkább egy füves cigit szívnak el, mert nincs másnaposság.

Akármilyen triviálisnak tűnik, ilyen egyszerű okok miatt az egészségtrendre hivatkozva - mert ugye, a cukor, az alkohol az öl, egy jó füves cigi pedig gyakorlatilag ugyanazt a mámort pótolja. És bár nem nyitnék egy következő másfél órás zéró toleranciával foglalkozó beszélgetést, de ugye, tudjuk jól, hogy a zéró tolerancia is ezt a kérdést járja körbe. Ugyanis ott a befolyásoltságot bünteti mindig a jog, és ha egy pohár bort veszünk figyelembe - főleg ha a jövőben ez most már lehet kisebb alkoholos bor is, mert gyakorlatilag ma már a viláckiállításokon ezek elérhetőek -, akkor tudjuk, hogy egy pohár bortól nem befolyásolt az ember, egy füves cigivel befolyásolt.

Ha reggel önök fáradtan ébrednek, esetleg nem reggeliznek, vagy idegesek vagy fölmeleg a vérnyomásuk, akkor befolyásoltan ülnek a volán mellé, és hogyha még egy Algopyrint is bevesznek, mert fáj a fejük, akkor szintén befolyásoltak. De amikor

megállítja a rendőr bármelyiküket, akkor a pohár bort fogja tudni csak és kizárólag kimutatni.

Azért tapadt rá erre a témára, és azért érdemes ezt a témát újra meg újra elővenni, mert valahol előbb-utóbb olyan szabályozási szintre kell eljutni, hogy ténylegesen a befolyásoltság legyen mindig a büntethetőség határa, de szerintem ezt talán majd a járműipar fogja megoldani vagy az olyan kulturális környezet, amivel a mellettünk levő országokban már rendelkezünk.

Két ország van a környezetünkben, akik ugyanígy nulla toleranciával dolgoznak, a többiek pedig Európában mindenhol egy minimális szintet, egy pohár bornyit elfogadnak, és csak a fölött büntetik a közlekedőket. Visszatérve, bocsánat, a cannabis oldalán a fenyegetettségekhez. Ezt az előző két percet azért szerettem volna beleszólni, mert nem bírtam megállni, hogy ne beszéljünk róla.

De az alkoholos italok jelenlegi helyzete még érdekesebb. Ahogy említettem, ezt számokkal láthatják pontosan az alkoholfogyasztást, hogy mi a harmadik helyen vagyunk a 23 százalékunkkal. És ha egy picit továbbmegyünk, akkor azt is látjuk, hogy a világpiacon - bár az exportunk értéke, úgy tűnik, mintha nőne, ezzel együtt az alkoholfogyasztás...

Két számot lehet ebből kiemelni. Az, hogy a növekedés ellenére maga a piaci részesedésünk egyre kisebb, illetve nyilván, ami nagyon fontos, hogy ennek az átlagos palackára is végtelenül alacsony, méltatlanul alacsony. Ma egy átlagos palackár borban - ez egy egyéves szám - 685 forint literenként, tehát nem palackonként, literenként.

Majd azt is elemezni fogom, hogy az exportnál miért van ennyire szomorú valóság, és hogy mik a kitörési pontjaink. De látható, hogy elsősorban a fehérborok piaca az, ami egyre inkább a világban elfogadott, és a vörösborok vannak sokkal nehezebb helyzetben. Látható, hogy a könnyebb alkoholok felé megy a világtrend és a piac, hiszen azt kell mondanunk, hogy míg a nagy vörösöket kevésbé részesítik előnyben a fogyasztók, inkább a kisebb alkoholra koncentrálnak az egész világ.

Milyen célpiacokat azonosítottunk, ami elsődleges és másodlagos kategóriába került? És ez a kutatásokban azért fontos, mert meggyőződésünk, hogy a magyar bor értékét az exporttal tudjuk elsősorban emelni, de azt is lehet látni ebből az anyagból, amit a megbeszélés elején mindenki elé odatettünk, ez az akcióterv, hogy mind a hazai, mind a külföldi piacra koncentráltam osztjuk el a kommunikációs lehetőségeinket.

Egyértelműen az öt legnagyobb piacunk az Egyesült Államok, Németország, Lengyelország, Egyesült Királyság és Dél-Korea. De hát nagyon nagy piacaink vannak még, akár a skandináv államokra gondolunk, vagy Ázsiában, akár mondjuk a kínai piacra. Éppen egy héttel ezelőtt jöttünk haza Sanghajból, és látható érdeklődés mellett volt jelen a magyar bor, de ott már az egész ázsiai megjelenésünkre és az ott képviselhető ügynökségi megállapodásokról, illetve együttműködésekről tárgyaltunk különböző ázsiai ügynökségekkel.

Fontosnak tartjuk a japán piacot, és nyilván az európai államok között - hiszen a számítás miatt, mi szintén a trendbe illő megoldást jelentene - minél közelebb visszük a bort, annál inkább kevésbé ártalmas a környezetre, nem terheli szállítás olyan szinten a borokat.

Érdekességképp jegyzem meg, hogy az amerikai piacra ha a számukat valaki közelebről, abból a vastag anyagból, amit elnök úrnak adtam, pontosan minden célpiacot átvizsgáltunk, és részleteire bontva megnéztünk, a mai trendnek megfelelően érdekes, hogy a minőség felé megy a világ, és ennek ellenére a lédigborok innen nézve exportja, onnan nézve importja növekszik.

Ez azért van, mert ma már a legtöbb exportcég gyakorlatilag úgy viszi ki a borát az Egyesült Államok béli piacokra az államokba, hogy lédigben viszi ki, és ott kint

palackozza, pontosan ezek miatt a szállítási problémák miatt, melyekre még a későbbiekben visszatérünk.

A piacok felmérése után megpróbáltuk megkeresni a helyünket, ahogy mondtam, kitorési pontokat keretünk akár a konkurens termékeket nézve, akár a low és no alcohol - ezt a bornál így nevezik -, tehát a csökkentett, illetve az alkoholmentesített borok esetében, és megpróbáltuk feltérképezni a különböző értékesítési lehetőségeket.

Egyértelműen látszik, hogy ma már nemcsak kereskedőre van szükség, akár Ázsia felé megyünk, akár Amerika felé, hanem szükségünk van olyan influenszerekre, akik ezt a munkát segítik. Két példát hadd mondjak! És pontosan abban a kidolgozott anyagban minden célpiacunkra megneveztük akár az Egyesült Államokban, államonként azokat a disztribútorokat és azokat az influenszereket, akik a borértékesítést tudják segíteni.

Az elmúlt években ezekből mi kimaradtunk, ezek a trendek a kutatásokból tetten érhetők. És csak egy példát mondok. A múlt heti vagy másfél héttel ezelőtti sanghaji kiállításunkon azzal nyertük meg a csarnokban lévő többi ország szimpátiáját, hogy gyakorlatilag még nekik is újdonság volt, hogy a standunkon egy green boxos kis stúdiót felépítettünk, egy külföldi stábbal dolgozva gyakorlatilag, aki a célpiacot ismerve megszervezte nekünk nemcsak a technikai részt, hanem az influenszerek jelenlétét is, egyeztetve az ottani kereskedőkkel. A három nap alatt több, mint húsz influenszer jelentkezett be erről a standról, a magyar bor standjáról.

Magam is bizonytalan voltam - pedig harminc éve, hogy említettem, ebben a szakmában vagyok -, hogy jó úton járunk-e, és pont egy fiatal, húszéves gyermek produkciója után kérdeztem rá a kollégáimtól, hogy tényleg okos döntés volt-e, hogy ez a fiú a tokaji furminttal a kezében valamit kínaiul mondott, és megerősítették, hogy az előző húsz percben 8000 palackot adott el belőle. Nyilván csak az volt a feladatom, hogy hívják vissza, és további sok sikert kívántam neki.

De ezek az influenszerek gyakorlatilag a beutaztatásnál is megjelennek a programunkban. A karácsonyi vásár épp most nyitott meg a Bazilikánál, és ott találkozhattak gyakorlatilag ideutaztattunk német, lengyel, angliai influenszereket, akik nagyon fiatalok voltak, de egyesével többmillió követőtáborral rendelkeznek, és ha mondjuk az amerikai piacot megnézzük, ma már a boreladásnál pontosítható, hogy online mezsgyében, online felületen történik most már a borok értékesítésének egy jó százaléka az értékesítés szempontjából, ilyen influenszerek segítségével.

Először, amikor márciusban a düsseldorfi kiállításon, a ProWeinon voltam, egy német, ottani piacon működő influenszert vizsgáltunk meg, illetve vettük föl a kapcsolatot. Ask Tommy, így hívták a fiatalurat. Azonosíthatatlan volt a kora, tehát lehetett ugyanannyi idős, mint én vagy akár mint az úr, ott, aki ül. Nagyon fiatal is lehetett volna. Az tény, hogy gördeszkával közlekedett az Champagne-i és az új-zélandi standok között de óránként megtöltötte a kiállítás minden napján a standját, miközben a többi standon ilyenkor kiürült minden. Bármit, ami a borhoz köthető, el tudott adni.

Tehát nekünk miután az egyik tapasztalat, hogy fogy a borfogyasztók közössége, ez a világra is igaz, és ez ma még azért nem szemmel látható, mert bár idősödik a borfogyasztók köre, de még megvan, csak folyamatosan idősödik. A probléma, ami pár év múlva számokban is meg fog jelenni, hogy nem kapcsolódik a fiatalok közössége, mert őket elviszi a cannabis, őket elviszi a sör, őket elviszi az egyéb alkohol termék, a gin-tonik, a vodka-szóda, ahol már szintén ezeknek az üdítőital jellegű alkoholoknak van a piaca, mert nem töményen isszák a vodkát, hanem narancslében, meg a többi terméknel is figyelnek arra, hogy egyfajta üdítőitalnak használják, és a mámort változatlanul a különböző drogok piacán kell keresnünk.

És gyakorlatilag látható, hogy az Y, Z generáció nincs meg ma a borfogyasztók között. Mondhatjuk azt, hogy a borhoz mindig edukáció kell, fölkészültünk erre is. Van

egy munkabizottságunk. Aki Mészáros Gabriella nevét ismeri, tudja jól, hogy az elmúlt harminc évben minden borral foglalkozó kolléga az ő keze alatt, az ő és Rohály Gábor kezei alatt nőtt föl. Gabriella vezeti azt a munkacsoportot, amivel egy olyan egyetemi programot dolgozunk ki, amivel szeretnénk előállni a felsőoktatásban, szeretnénk azt, hogyha az edukációban a borkultúra megjelenne egyetemi szinten kreditalapon, és erre komoly anyaggal készülünk.

Ugyanakkor készülünk a különböző megjelenésekkel nyár óta, aki figyeli, és lehet, hogy önök kevésbé, hiszen az online felületeink jóval erősebbek az Y és Z generációnál, de talán ha a három címet elmondom a kampányainkról, érhető, hogy a fiatalokat szólítottuk meg.

Az első volt a Buborékok Nyara. Gyakorlatilag fesztiválokra jelentünk meg, és megjelentünk minden olyan lehetőségnél, a „Mi folyik itt?” kampánnyal például megjelentünk a szüreti időszakban, két nagyon fiatal, podcastos fiú, fiatalember segítségével, tolmácsolásában minden fehér-, vörös-, illetve édesboros felületet lefedve.

De volt a szent Márton napi akciónk, a fiatalok ezt úgy ismerték, hogy Libabőr Fesztivál. Ez ernyőmárka alatt gyakorlatilag több, mint száz eseményt összefésültünk a Márton napi libadalmak sokaságából, és így mindenféle lehetőséggel találkozott a nagyközönség. Ezek általában online, de közterületi és egyéb felületeken gyakorlatilag - a kommunikációs szakmában úgy mondjuk, 360 fokos megoldással - mindenhol jelen voltunk. Nyilván a következőkben is hasonlókat folytatunk a külföldi és a magyar megjelenéseknél, de vizsgáljuk egy picit tovább a célpiacainkat.

Tehát amikor tudjuk, hogy innovatív megoldás kell, és tudjuk, hogy olyanokat kell megfogalmaznunk, melyekkel a következő időkben át kell a határt törnünk a borászoknál is, a termelőknél is és a közönségnél is. A közönség, úgy néz ki, felkészültebb erre. Ha önök utaznak bárhol a világban a kedvemért, ha egy pillanatra megállnak a repülőtéri vásárlásoknál és látnak egy-két gyönyörű, mondjuk St. Andrea bort - amihez gratulálunk, mert azok mindig ott vannak a piacokon -, akkor mellette a borospiac vagy a borospole mellett fognak látni olyan caneket, olyan alumíniumpalackokat, ami látszólag Red Bullt tartalmaz.

Nem, ezek között a legtöbb már egy rozét vagy tonic cuvée-vel egyfajta koktélként megjeleníthető megoldást jelentenek. Vagy láthatnak alumíniumpalackokat, amiket itt is, de még a lapos üveg is ezen a palettán van, ami 7,5 decis változatban is megjelenik.

Ezeket a világ expóin - akár Düsseldorfra, akár Sanghajra gondolok, de a múlt héten jártam Amszterdamban a Bulk Wine-on, illetve az Open Balkánon kint voltunk két napot Belgrádban is – láthatják, ezeken a piacokon már mind-mind ott vannak az alternatív, innovatív csomagolástechnikák.

A világ nem bírja elviselni. A fiataloknál nem megy át az az üzenet, hogy környezeti szempontból ne figyeljenek oda minden lehetőségre, hogy az ökológiai lábnyomot minél kisebbre szeretnék venni a fogyasztók is, és a termelőknek is erre föl kell készülni.

Valószínű, hogy a prémium borok mindig is olyan üvegekben lesznek, ahogy megszoktuk. Tokaji Aszút nem fogunk látni - reményeim szerint - alumíniumpalackban. De jelenleg a magyar borexportnak - és itt az 1 eurós ár a magyarázat - 70 százaléka lédigborként kerül ki az országból.

Abban a pillanatban, ahogy elmegy és a határt átlépi, el is veszti a magyar jellegét, és mint EU-bor, valamelyik másik országban, mondjuk a csehéknél vagy a szlovákoknál pezsgősítés formájában bekerül a többi bor közé, és utána olyan pezsgőként, mondjuk 3 euróért ők adják el, tőlünk viszont 40 eurocentért ment ki. Ez volt az egyik legnagyobb tapasztalatom a múlt heti Bulk Wine-on. Ez a világ legnagyobb olyan lédigboros expója Amszterdamban, ahol a magyar résztvevők egyelőre önállóan

jelentek meg, és én mindenképp szeretném, ha jövőre egy nemzeti standdal mennék oda, és ezeket a termelőket megpróbálnánk együttműködésre hangolni.

Az én feladatom marketing, de biztos észrevették az eddigiekben, hogy nekünk egyfajta termékfejlesztésre is figyelniünk kell. Az a lehetőség, amit kormánybiztosként kaptam, hogy nemcsak összeszedetten a reklámra és a marketingmunkára kell összpontosítani, hanem a 200 termékből olyan innovatív, szűkített palettát kell összerakni amivel meg tudunk jelenni, ezért volt szükségünk - ez a feladatunk - az elmúlt időszakban arra, hogy felkészüljünk stratégiai szemmel.

Látjuk azt a 6-8 kitörési pontot, akár a fiatalok megszerzése, akár az alkoholcsökkentett megoldások felé, akár az innovatív csomagolástechnika területén, amit együtt a termelőkkel el kell végeznünk. Ezt a munkát nem tudjuk megúszni. A boreladások növelése a legfőbb célunk, nyilván a másodlagos cél, hogy ezt az új termékvonalat kialakítsuk, mert növekedés kell elérnünk mennyiségileg is és értékben is, nem lédigben kell kiküldeni a borokat, és különböző stratégiai célokat fogalmaztunk meg, ami nyilván a kollégáknak szólt, és azért mondtam, hogy ez egy munkaanyag, amit készítettünk, de ezt egyébként még mielőtt mindenki nagyon titkosnak venné, ezt megkapta a kormányzat összes minisztériuma, minden miniszter rendelkezik vele, ott van a Hegyközségek Nemzeti Tanácsának elnökénél is, ott van az agrárminiszternél, ott van a Turisztikai Ügynökség vezetőjénél, elnökénél, tehát mindenki ebből az anyagból kapott olyan példányt, ami alapján mi tudunk dolgozni. Természetesen olyan céllal, hogy ezekkel a partnerekkel mi együtt akarunk dolgozni, ahogy említettem, csak mostantól a Miniszterelnökségen belül ez a kormánybiztosi iroda koordinálja a munkát, és jelenleg egy kézben van, felelősség és minden egyéb szempontból is.

Miért a fiatalok? Elmondtam, hogy idősödés van, elmondtam, hogy meg kell találnunk a hangot velük, hogy amikor a huszoneves gyerek a fesztiválokról kilép, utána már tudja, hogy a borból is lehet olyan élményt meríteni, és megszólítjuk, nemcsak a fesztiválon, hanem az edukációs program alapján remélem, hogy majd az egyetemeken is, a borklubokban is, ami fontos.

És azért szeretnénk nagyon gyorsan tisztázni, hogy még csak véletlenül se próbáljunk demagóg módon az alkoholizmussal párhuzamot keresni. A vine moderation a világban jó ideje, olyan, a minőségi, mérsékelt alkoholfogyasztásra való felhívás, aminek tagja Magyarország is, a magyar intézmények, a magyar szervezetek, a HNT, maga a Magyar Bormarketing Ügynökség is, és egyszerűen meg akarjuk tanítani az embereket kulturáltan bort fogyasztani.

Az egyetlen olyan alkoholos termékről beszélünk a sörrel és a többivel ellentétben is, aminek olyan hagyománya, kultúrája van, amit lehet egyébként a sokszínűség miatt nagyon jól használni bármilyen más szinten.

Csak gondoljunk arra, hogy már a gyerekeinket - bortermelőként tudom, mert négy gyermekem van, és az összes óvodai, iskolai csoport nálam szüretelt azokban az években, sőt, most már az unokáim jönnek -, de gyakorlatilag ma már a gyerekeket a szőlőkultúrára tudjuk nevelni. Tehát van olyan megfogható ága ennek az ágazatnak, ami megtartásra ösztönöz.

Mert amikor én ezt a munkát megkaptam, akkor nyilván az volt a feladatom, hogy a becsapódás előtt két centire a földtől húzzuk föl a gép orrát, és ha látjuk a számokat és látjuk a tendenciát, akkor valóban iszonyatos rohamtempóban tűnik el az ágazat, és egyre kisebbek a területek. Ezt csak úgy tudjuk megteremteni, ha megtaláljuk ezeket a megoldásokat, és megpróbáljuk ezt a csökkenő tendenciát megfordítani. Ez egy kemény feladat.

Én optimista vagyok, és abban hiszek, hogy meg is tudjuk csinálni, de most csak azért gondoltam, hogy minden irányból nézzük meg, és nyilván amikor tárgyalok mondjuk a különböző kutatóintézetekkel vagy az egyetemekkel, akkor ugyanúgy meg tudom annak a hangját találni, hogy milyen irányban tudunk lépni, mint ahogy a

különböző fesztiválokkal tárgyalunk. Gerendai Karcsival például nagyon jó kapcsolat alakult ki, nagyon szeretném, hogyha nem külföldi borok lennének az ilyen eseményeken, és nem szorulna annyira háttérbe a magyar bor, hanem megjelenne valamilyen szinten a Buborék a nyári fesztiválokon.

Nem beszéltünk kitörési pontként a borkoktélokról, hiszen én magam is, amikor a pincében vagyok, akkor nem különböző áfonyalevekkel próbálom a boromat összehangolni, de azt tudni kell, hogy ennek is megvan a saját lehetősége, és csak gondoljunk a 70 százalékos lédigre, amit kiküldünk a világba, ahelyett, hogy megpróbálnánk megfelelő módon- ahogy ez történik egyébként a világban - akár borkoktél formájában is hasznosítani.

Ezek lehetősége az ágazat megmentése szempontjából rendkívüli, és még egyszer mondom, ez ugyanúgy, annak a szónak az összegyűjtéséből van, amit innovációként most már sokadszor mondok, szükségünk van megtalálni ennek a bornak a helyét. Minden deciliter bornak meg tudjuk találni a helyét.

Az őszi kampányról beszéltem. Barna és Márkó, aki esetleg olvassa a podcastjukat, azt hiszem, Síkideg néven is szoktak megjeleni. Nem volt méltatlan az a kampány, amit megcsináltak a Figula Pincében, a Heimann Pincében és a tokaji Bott Judit féle pincében. Egy nagyon népszerű anyag volt, a fiatalok az ő generációjuk nagyon nagy látogatottsággal hallgatta az ő anyagaikat, amiket a szüretről teljesen más hangon készítettek.

Az őszi Libabőr Fesztiválról már említettem néhány szót, ez is gyakorlatilag megvalósult anyagaink között van, és nem tudok elmenni mellette, mert nyilván az aktuális téma most az, hogy a magyar bornak, ahogy talán én is elmondtam, és a HNT-nek több olyan anyagából, kommunikációs részéről hallhatják, nagyon nehéz ágazatban van. Nagyon nehéz a helyzet, nagyon nehéz látni a jövőt, ezeket a családokat életben kell tartani. Mindenki megpróbálja a maga módján.

Én magam például most már nyolcadik éve egy ösztöndíjprogramot indítottam a saját alapítványomnál, a Borászok Borászában belül. Tehát keressük azt a példát, amivel a fiatalokat ott lehet tartani a pincékben és a szőlőben, hogy ne kivágják, hanem műveljék és találjanak helyet. Ezért dolgozunk, és ezért keressük ezeket az innovatív megoldásokat a hagyományos kommunikáció mellett természetesen.

És ezért volt jó, hogy a mostani, egyébként problémás európai uniós szabályozások miatt, ugye, nyilván a világ az a környezetkímélés, az ökológia, a fenntarthatóság irányába mozdul, és ez a betétdíjrendszer, ami most felkavarta a kedélyeket, és a borászokat megterheli minden szempontból, ez most nagyon nehezített pályát jelent a többi mellett, ahogy elmondtam.

Ezért nagy öröm számunkra, hogy az elmúlt időszakban sikerült a kormányt meggyőzni ennek az úgynevezett reprezentációs adónak az eltörléséről, ami már egy nagyon régi álma a borászoknak. Nyilván úgy gondoljuk, hogy nem is értjük, hogy hogy került oda, hiszen reprezentációs céllal az elmúlt években lebeszéltük az embereket, hogy karácsonykor cégek mondjuk bort, tokajit adományozzanak vagy ajándékozzanak egymásnak.

Ezáltal, hogy november 16-ától sikerült ezt a rendeletet meghozni és ezzel gyakorlatilag esélyt adva a kicsi borászatoknak az életben maradásra, ezzel is egy kicsi lélegzetvételnyi lehetőséget kaptak.

Azt gondolom, ha valaki elolvassa ennek a rendeletnek a pontos szövegét, akkor az is kiderült számára, hogy két nagyon fontos információ van benne. Azonkívül, hogy ez jó a borászoknak, az egyik az, hogy csak eredetvédett borokra igaz, mert ezzel semmi más nem szeretnénk, mint ösztönözni a minőségi borkészítést és annak a fogyasztását.

Tehát feltett szándékunk, hogy minél több eredetvédett magyar bor legyen, azzal tudjuk az eredetet, illetve a borértéket felhúzni, a másik pedig, hogy csak és kizárólag

termelőtől vásárolt bor esetében igaz ez. Tehát kereskedőtől, különböző éttermektől, áruházakból vásárolt borokra nem. Ami semmi mást nem jelent, csak annyit, hogy nagyon szeretnénk, hogy a termelőket segítsük ezzel, és a termelőkhöz jusson el ez a lehetőség a karácsonyi időszakban elsősorban.

Ahogy írtam, ezen gyorsan túlmegegyek, mert annyira azért nem mutat jól a kép, de gyakorlatilag sokat járunk a mostani időszakban hazai és külföldi rendezvényeken. Az aktivitások között egyébként nyilván az adventi megjelenés mellett olyan aktivitásokat fogunk kezdeményezni, ami az eddigiekben elmondott célokat tartalmazza, illetve magában foglalja.

Jelenleg egyébként a vásárlásösztönző kampányunkat tartjuk az őszi időszakban - ez az adventi időszakra igaz -, hogy minél többen vásároljanak magyar bort, nyilván a hazai bort elsősorban, és ahogy jeleztem, az önök előtt lévő anyagban benne van a következő másfél év külföldi és hazai borkommunikációja, amit még egyszer mondom, azért másfél évre teszünk össze - és körülbelül jövő nyáron fogjuk tudni a 2025-ös anyagot összerakni. Mert például ebben az anyagban még nem szerepel, a múlt heti amszterdami megjelenésük, de egészen bizonyosan meg fogjuk ezt valósítani jövőre, hogy ott legyünk, mert nagyon hiszünk benne, hogy ezen az amszterdami expón ott kell lenni Magyarországnak. Most tudtunk oda eljutni. Tehát ez folyamatosan alakul. Ahogy alakul a dolog, úgy fogjuk, mint a színházi előadásoknál a műsorváltozás jogát fenntartva, alakítani a munkánkat is.

Az egyértelmű üzeneteinkről beszéltem. A borvilág véleményformálói nekünk nagyon fontosak. Nagyon hiszünk abban, hogy ezek mellett a megjelenések mellett meg kell győznünk azokat a véleményformáló master of vine-oket, master sommelier-eket, akiket idehozunk. A jövő évi kampányban is például a Wine Expo, amit szeretnénk, Wines of Hungary, egy magyar borexpót szeretnénk idehozni, mai meg fogja mutatni tavaszi lehetőségek között a világ borrajongóinak, hogy Magyarországon milyen megjelenési lehetőségeink vannak, milyen kitűnő borászaink, és 2025-re szeretnénk már egy olyan nemzetközi jelenlétet is megvalósítani, hogy ennek a régióknak az élére állva az is ennek az anyagnak az egyik lehetősége, hogy benne van már annak a régióknak a vonzereje, ami ma a világban kimutatható, izgalmasak vagyunk, akár a bolgárok, a románok, a szerbek, szlovénok, de még a szlovákok borászataival, borkultúrájával együtt is.

Mi azt gondoljuk, hogy miután Magyarország ennek az egyik éllovasa, bátran bízhatunk abban, hogy az élére tudunk állni. Ennek a régióknak, jól nézünk ki, a világ véleményformálói, a tradicionális borvidékek mellett - úgy, mondjuk, mint Champagne vagy Burgundia - keresik az újat.

És most Európának ez a közép-európai szegmense egy ilyen jól körüljárható, mondhatnám, hogy szexi rész, amit nagyon szeretnének a véleményformálók jobban megismerni, és mi ezért tervezzük egy ilyen régiós megjelenést.

Ezért nem tesszük nyilvánossá két nyelven az anyagot az interneten, hogy összes ötletünket ne feltétlen tudják meg az üzlettársaink, és mi profitáljunk abból a munkából, ne ők. De gyakorlatilag amit most önök a kezükbe kaptak, ez a Bormarketing Stratégiának az összevont anyaga az akcióttervvel együtt. Ez egy hónapja a Bormarketing Ügynökség honlapján is elérhető. Tehát bárki számára regisztrációs rendszerrel ez az anyag elérhető, az a vastag anyag kifejezetten munkaanyag, csak a partnereinknek és akikkel együtt dolgozunk, azoknak mutattuk meg. Köszönöm szépen, hogy meghallgattak.

ELNÖK: Köszönöm szépen kormánybiztos úrnak az előadását. A bizottsági tagokhoz fordulok, hogy kérdés, észrevétel van-e. *(Jelzésre:)* Dócs Dávid!

Kérdések

DÓCS DÁVID (Mi Hazánk): Tisztelt Elnök Úr! Tisztelt Kormánybiztos Úr! Köszönjük szépen a részletes prezentációt és előadást. Azt gondolom, hogy ha valaki a borról kevesebb ismerettel rendelkezik, akkor most egy kicsit talán mint hogyha adott volna némi hozzáadott értéket az ön előadása. Jó volt hallgatni, főleg úgy, hogy gyakorlatilag azokra a problémákra is felhívta a figyelmet, ami az elmúlt három évtizedben - hogy ne menjünk visszább - sújtotta mondjuk a magyar bor- és szőlőágazatot, és ebben a kis bemutatóban azt is láthatjuk, hogy egyötödére csökkent vissza - amit ön is kimelt - a szőlőterületek aránya hazánkban, ami elég nagy probléma.

És hogyha ez mellé vesszük azt, hogy mondjuk a szőlő felvásárlási ára 1983-ban 19 forint volt, 2023-ban, negyven év elteltével pedig 80 forint, de már úgy, hogy ez a bogyózást és a szállítást is tartalmazza, így nagyon nem kell keresni az okokat, hogy esetleg a magyar borágazat, ami a szőlőre épül, éppen miért hanyatlófélben van.

Tehát valahogy azt gondolom, hogy először rendbe kéne tenni ezt az ágazatot, vissza kéne adni a becsületét a magyar szőlőtermelőknek, amire aztán épülhet a magyar borászat. Az természetes, hogy kiemelkedő értékkel bír a magyar bor, tehát én úgy gondolom hogy világviszonylatban sincs szégyenkezésre okunk. Népszerűsíteni szükséges.

Itt mondjuk kérdéseket vet fel, hogy a zérótolerancia és a kulturált borfogyasztás mondjuk egy éttermi vacsora után hogyan tudna összecsiszolódni, hiszen jelen pillanatban sehogy, ugye, ez az egyetlen helyes szó rá. Én azt gondolom, hogy ezt a törvényalkotónak majd felül kell vizsgálni, hiszen aki eddig meg akarta inni, az sajnos ezután is megissza, zérótolerancia ide vagy oda.

Összességében tehát én azt gondolom, hogy jó kezekben lesz ez az ágazat, és nagyon remélem, hogy ezekre a problémákra és kihívásokra majd a megfelelő válasz is meg lesz találva annak érdekében, hogy az ez ágazat ne hanyatló, hanem épülő legyen majd a jövőben. Köszönöm szépen.

ELNÖK: Köszönöm szépen. Dankó Béla!

DANKÓ BÉLA (Fidesz): Köszönöm, elnök úr. Egy rövid, tisztázó kérdést szeretnék feltenni a kormánybiztos úrnak. A 3. oldalon van egy diagram, ami a bortermelést és -felhasználást mutatja be Magyarországon, és ott a termelést és a behozatalt ha összeadom, meg összeadom a kivitelet és a belföldi felhasználást, akkor óriási szakadék van a kettő között. Hogy kell értelmezni ezt a diagramot?

RÓKUSFALVY PÁL kormánybiztos: Megpróbáljuk a kérdést megérteni és utána fogunk válaszolni.

DANKÓ BÉLA (Fidesz): A 3. oldalon van egy diagram.

RÓKUSFALVY PÁL kormánybiztos: Értettem. Nekem ehhez szemüveg is kell, de meg fogom nézni. Viszont közben, ha szabad, hogy az időn spóroljak. Tehát az volt a kérdése még egyszer...

DANKÓ BÉLA (Fidesz): Tehát van a hazai termelés zöld színnel jelölve, lilával van jelölve a behozatal, ezt nyilván ha összeadjuk, és összeadjuk a másik oldalon a kivitelet és a belföldi felhasználást, akkor a kettő között van egy óriási különbség. Hogy kell értelmezni ezt a diagramot? Ez a kérdésem. *(Közbeszólások: Nem értelmezhető a diagram. Azt írta, hogy a...)*

ELNÖK: Nem értjük, hogy mi a különbség.

RÓKUSFALVY PÁL kormánybiztos: A következő a javaslatom. Mivel...

ELNÖK: Megpróbálom az ülést vezetni. Megkérdezném kormánybiztos urat, vagy talán főtanácsadó urat, hogy vissza tudjátok-e a laptopon tekerni. Mert volt ez a diagram nagyon szépen ki volt vetítve, körülbelül a 3. vagy a 4. slide volt, ha jól emlékszem, durván, az elején... *(Közbeszólások: A negyedik!)* Azaz, azaz! Ezt a képet kérem nagyban, mert ha jól látom, erről kérdez. És akkor ezt nagy kivetítéssel.

Itt látod, képviselő úr, az eltérést? *(Dankó Béla: Igen)* Na, akkor most mondd, hogy mindenki lássa, hogy mit kérdezel.

DANKÓ BÉLA (Fidesz): A diagram ugyanaz. Tehát számomra a hazai termelés és a behozatal jelenti azt a mennyiséget, ami megjelenik az országban. Ehhez képest van egy kivétel, meg van egy hazai fogyasztás. A kettő között pedig van egy óriási különbség. Hova tűnik az a bor, vagy hogy kell értelmezni akkor ezt a diagramot?

RÓKUSFALVY PÁL kormánybiztos: Megpróbálom majd megérteni, és hogyha elfogadja tőlem, esküszöm, hogy erre írásban fognak a kollégáim válaszolni, de az biztos, hogy azon dolgozunk, hogy minél kevesebbet hozzanak be, és megigyuk a saját borainkat, és hogy minél többet vigyünk ki az adott célpiacra, mert azzal tudjuk az értékét... Mert fontos a hazai meg a külföldi is. Az nem működik, hogy csak a hazai részét növeljük, tehát az biztos, hogy nem az lesz a megoldás, amit egyébként több borász mond, hogy majd mi megisszuk a magunkét.

Ezek a huncut újvilágiak mindig kitalálnak valamit, hogy a Matula Sauvignont igyuk meg inkább, és ne a hazait, de ezzel együtt, miután szabad a vásár, ezért nekünk is ugyanígy meg kell a piacainkat találni.

Ami nagyon fontos, és itt a lédig 70 százalékról szeretnék még egyszer egy nagy felkiáltójellel beszélni, hogy gyakorlatilag innovációt, terméket kell belőle készítenünk. Az nem megoldás, hogy kiküldjük nagyon olcsón, és ez az, amiből a legnagyobb lehetőséget látom, hogy a kivitt borokat minőségi borként kell kivinni.

Ha az alját megemeljük, akkor meg fog az egész piac emelkedni. Ennek a pontos matematikai értelmezésére, ha szabad, tényleg azt kérném, hogy fogok rá válaszolni, illetve az előzőre szeretném azt mondani, a szőlőtermelésre és a szőlőágazatra vonatkozóan, ha szabad, az előző megjegyzésre, hogy mi pontosan látjuk, hogy ebben a folyamatban hárman vesznek részt: a szőlőtermelő, a borász - sok esetben ez egy családon belül ugyanaz - és a kereskedő.

És amikor mi most például a reprezentációs adó eltörlésénél fontosnak tartottuk, hogy ez most a borászokat segítse, pont azért van, mert ha fölemeljük, - csak egy számot hadd mondjak - mindig Ausztriára hivatkozunk, ha egy bor a termelőtől kikerül egy piaci pinceáron, és amikor az étteremben megisszuk, az 300 százalékkal kerül többbe. Ausztriában, ugye, ez a szám 50 százalék.

Tehát helyre kell tenni az összes szereplőnek a feladatát, mert amit az elején mondott a képviselő úr, a legfontosabb ők, a sor elején a szőlőművelők. Tehát amikor én a munkámat végzem, akkor ennek az egész piaci árnak a felemelésével a szőlő árát fogjuk tudni megtartani és fölemelni, mert gyakorlatilag ott értelmezhetetlen.

Ha jövőre már nem megy ki, és nem szedi le a szőlőt, akkor nem tud a kereskedő sem dolgozni, és a borász sem. Tehát nekünk a legfontosabb, hogy az alapokat, ezt a hármas csatát a legelejétől stabilan őrizzük meg, de ezt úgy tudjuk csak, ha rendet teszünk az ágazaton belül is, és hogyha fölmeleljük a termék értékét.

Amikor leültem az összes partnerrel a kereskedők közül - értem ez alatt Auchan, Spar, Lidl, Aldi, CBA, Bortársaság - és odaültem őket egy asztalhoz, ami önmagában

is nagy sikernek számított, akkor egy közös kompromisszumot láttam a társaságnál, azt, hogy mi együtt fogunk tudni azon dolgozni - mert abban mindenki érdekelt -, hogy a magyar bor értékesebb legyen, és akkor mindenkinek több fog jutni.

De nyilván én drágábban akarom eladni, ő olcsóbban akarja megvenni, és én ezt bortermelőként is látom, és azt is látom, hogy a bortermelők egy dolgon tudnak nagyon nagyot erősíteni. Erről nem beszéltünk, mert talán picit tartozik csak ide, de talán az egyik legfontosabb rész. Amikor azt mondom, hogy 83 százalék a pici, 3-6 hektár alatti birtok, de akkor azt is mondom, hogy összefogás nélkül nem megy.

Látjuk erre, sajnos, a negatív példát, hogy a régi rendszerből a régi, múltbeli beidegződésekből ha azt mondjuk, hogy szövetkezzetek, szövetkezet, akkor pontosan tudjuk, hogy egy településen a borászoknak ha azt mondom, hogy csináljunk szövetkezetet, akkor bizonyosan mindenkibe be fog ütni, hogy valaki el akarja lopni a pénzemet.

Ezt az osztrákok okosabban csinálták. Domäne-Wachau, több, mint 200 termelő, sikerágazat, de mondhattam volna ezt Szicíliában lévő, sok száz termelővel összejött ugyanilyen egyesület, ami gyakorlatilag olyan formát, olyan környezetet kell... Együttműködésen gondolkodunk az Agrárminisztériummal-, olyan támogatási környezetet is kell biztosítani, hogy a szövetkezést biztosítsuk.

Mert a sok háromhektáros birtok; egy példa, csak a palackozás. Én egy olyan településen dolgozom, ahol pici borászatok vagyunk egymás mellett, több tucat vagy egy-két tucat, és nem tudtuk megvalósítani, hogy mondjuk egy palackozókamiont közösen finanszírozzunk. Ez ma bármelyik osztrák, német, francia településen megszokott. Mert ott pontosan tudták már hat generáció óta, hogy ha a szomszédal nem állok össze, akkor nem lesz abból semmilyen haszon, mert inkább egymás sikereinek örülve... Azt gondolom, hogy kulturális kérdés, dolgoznunk kell rajta, és azt gondolom, hogy ez a szemléletet is bizonyos fokig nekem is képviselnem kell, és mint bortermelő is rá kell vennem a saját környezetemet arra, hogy együtt kell tudnunk dolgozni.

Hála isten, vannak jó példák, ma vannak olyan egyesületek, vannak olyan szövetségek, olyan klubok, olyan elitalakulatok, akik ennek a szövetkezését mutatják. Nemsokára ünnepli majd a karácsonyi együttlétet a Pannon Bormíves Céh, Magyarország harmincegynéhány legjobb borászatát képviselő szervezet. Azoknak az együttműködéseknek példaértékük van. Ezeken dolgozunk, hogy minél több legyen.

Amit még említette a zéró toleranciára, nem bírom megállni, hogy azt mondja, hogy aki nem tud megállni egy pohár bornál, az nem fog megállni. Ezt hallottam már a miniszteremtől is. Ön ezzel engem igazolt, mert aki nem tud megállni egy pohár bornál - azt gondolom, ez szabályozás kérdése -, azt meg kell büntetni, ahogy eddig is. De a gasztronómiai élményt ne tiltsuk azoktól, akik nem befolyásoltak, és akik megállnak.

Egy másik példa, hogy autóba ülnek. Mindegyikünkben van ilyen élmény, amikor elhagyjuk a magyar határt, és Nickelsdorfnál óvatosabban lépünk a gázpedálra, mint hogyha valami tojás lenne a jobb lábunk alatt. Ez azért van, mert félünk attól a sok száz eurós bírságtól, és hogy megbüntetnek minket.

Minden szabály annyit ér, amennyire betartatjuk. Tehát azt gondolom, hogy ez közlekedési szabály kérdése. Az egyik egy szabályozás, a másik kulturális. És szerintem ezen a kulturális szinten érdemes időről időre elővenni ezt a kérdéskört, hogy nézzük meg, hogy milyen szinten állnak ma a magyar borászok, a magyar közönség, a fogyasztók hogy tudják értékelni. A mi dolgunk az, hogy ennek a szakmának a minőségét legmagasabb szinten mutassuk be.

ELNÖK: Ha jól láttam, még Dankó Béla szeretné kiegészíteni.

DANKÓ BÉLA (Fidesz): Köszönöm szépen. Csak azt szeretném jelezni, hogy elnök úr megoldotta a problémát - hiába, tanult embernek nincs párja, elnök úr - azzal, hogy kikérted ezt a diagramot. A kiadványban hibás a diagram, azért volt a probléma.

RÓKUSFALVY PÁL kormánybiztos: Közben mi is rájöttünk, mert egy táblázatban vetítettek milliós hektoliterre a főszámban...

DANKÓ BÉLA (Fidesz): Össze van cserélve a behozatal és a belföldi fogyasztás a kiadványban. Az okozta a problémát.

DR. PRÓNAY BENCE tanácsadó: Ennél izgalmasabb a hiba, amit ez a táblázat tartalmaz, és ezt ki fogjuk javítani, és természetesen a javított táblázatot el fogjuk önközhoz juttatni.

Hogy egy táblázatba van vetítve millió hektoliteres adat és millió literes adat. Tehát itt van egy százszoros eltérés. Nem a színekben van a hiba... (Közbeszólás: *Vizuálisan is hibás.*)

RÓKUSFALVY PÁL kormánybiztos: Köszönjük szépen, mert rámutattak arra, hogy ezt nagyon gyorsan zúzzuk be, és a helyes táblázatra ki fogjuk cserélni ezt. Nagyon sok lektoráláson keresztülment ez az anyag, ezt a hibát elkövettük, de szívesen veszem, hogyha esetleg.

ELNÖK: Velünk kellett volna kezdeni... (*Derűlttség.*)

RÓKUSFALVY PÁL kormánybiztos: Picit már bánom is. A kolléganőmnek már fölírtam, hogy a sorrenden változtassunk a jövőben. Köszönöm, javítani fogjuk.

ELNÖK: Igen, még egy apróság ebben. Ezen a kivetített adaton látszik, és azonnal megválaszolom a kérdést, mert durván 3 millió hektoliter általában az utóbbi időben a beszűrt bormennyiség, durván egymillió hektolitert exportálunk. Most egy kicsivel többet, és látható, hogy a maradék szűk kettőmillió, 1,8 millió, az a sárga a belföldön felhasznált bor, hiszen nagyon minimális, a piros az import. Ezért nekünk rendkívül sokat kellett tennünk, a Szőlő, Bor, Pálinka Albizottságban és számtalan területen, hogy azt a magas, 2012 környéki adatot - egy felhullámozás van 2012-13-14-15-ben - még Olaszország magyarországi nagykövetének haragját is kivívtuk az akkor hozott intézkedésekkel, hogy leállítsuk az Olaszországból mérhetetlen mennyiségű és primitív borimportot. Tehát nagyon minimális a borimportunk.

És ha megnézzük a végét, akkor nagyon jól látszik, hogy stimmelnek ezek a számok, tehát megvan a termelésből kivont export, így maradt a fogyasztás, és egy nagyon kicsi behozatalunk van még, de ez mellett, még Andréka Tamás államtitkár úr fölhívta itt a figyelmemet, amit tudtunk borszakmailag, hogy készleten is van.

Azt, ugye, nagyon kell tudnunk, hogy itt tartályokban is, minden pillanatban, nemcsak egy export, fogyasztás, import, kivitel van, hanem még készleten is van. Ez nagyon fontos, hogy mennyire szoktuk figyelni a Szőlő, Bor, Pálinka Albizottság ülésén, hogy tessenek megmondani, hogy mennyi az átmenő készlet, magyarul, hogy mire készülünk egy előzetes szüreti előrejelzést kérünk - május-júniusban szoktunk egy ilyen albizottsági ülést tartani -, és nagyon izgalmas, hogy mennyi a készlet. Azt sose felejtjük el, hogy az még ott van. Azt nem mutatja a diagram.

Akkor lenne 100 százalékban egyező a matematika ebben az esetben, de így is nagyon jól mutatja egyébként a diagram a valós helyzetet, főleg úgy, hogyha a nyomtatványban azokat a korrigálandó hibákat kijavítjuk, a diagram önmagában jó.

RÓKUSFALVY PÁL kormánybiztos: Igen, köszönöm szépen, ugyanezt akartam mondani. Ami a táblázatban van, amit látnak önök előtt, az stimmel, itt megcserélődött ez a kettő a lapon, valóban, de ahogy összeadjuk, ez a 3 millió hektoliter a végén kijön az adatokból is, csak itt két sor lett megcserélve, de itt már helyesen van az önök előtt lévő prezentációban. Elnézést kérek.

ELNÖK: Dócs Dávidnak adok még szót, röviden!

DÓCS DÁVID (Mi Hazánk): Tisztelt Elnök Úr! Köszönöm a szót. Tisztelt Bizottság! Tisztelt Kormánybiztos Úr! Ugye, láthattuk ebben a prezentációban - azért hála, istennek, nagyon sok jó adat is van benne, ez mellett az egy hibás mellett -, hogy gyakorlatilag a világ borfogyasztásának fele még mindig Európában koncentrálódik, tehát jól látni, hogy egy kultúrája van a borfogyasztásnak, éppen ezért erősíteni kéne még jobban.

Tavaly voltunk egy kihelyezett bizottsági ülésen Tokaj-Hegyalján, ahol egy nagyon-nagyon jó példát sikerült megtapasztalnunk és látnunk. Nemcsak a jövő bortermelőinek kinevelése kapcsán, hanem egy olyan szövetkezeti rendszert is láthattunk, ahol egy agrár-logisztikai központot épített a magyar állam 8 milliárd forintos támogatással, és ez segíti gyakorlatilag a Tokaj-Hegyalján gazdálkodókat egy minőségibb bor megtermelésében.

Én azt gondolom, és ezt sokszor el is szoktam mondani a Ház falain belül, hogy én sokkal jobban örülnék, ha a magyar adófizetői pénzek hasonló beruházásokra lennének elkölthetve, mint a külföldi gigacégek és akkumulátorgyárak támogatása.

Éppen ezért talán ez a 22 borvidék, amivel Magyarország rendelkezik Trianon után, talán megérdemelné, hogy mindegyik egyesével kapjon egy logisztikai központot, és az talán elősegíthetné a megfelelő termelést és a minőség javítását. Köszönöm szépen a szót.

Az elnök kiegészítése

ELNÖK: Köszönöm szépen. Vártam már, hogy hogy lesz a borkósavból kénessav, ez minden gondolatban előjön mostanában a Mi Hazánk programjában. Én viszont még néhány gondolatot mondanék, megköszönve a nagyon részletes tájékoztatást és az ön meg nem tartóztatást, mert kormánybiztos úr azt mondta, hogy ő egy rövid összefoglalót fog tartani és egy jó háromnegyed óráig élveztük minden pillanatát, legalábbis én, ennek az összefoglalásnak.

Amire itt utalás is történt, hogy itt valahol nagyon nagy árrések keletkeznek a szőlőtől a fogyasztóig tartó időszakban, és erre történt egy éttermi felszolgálat vagy netán a multi áruházláncok polcain lévő árak. Egy konkrét eset: egy rendezvényen voltunk, ahol a borászok, neves borászok kínálták a termékeiket, és az egyik, éppen akkor egész szép díjat nyert rozéborral a termelő azt mondta, hogy nézd meg, ezt tőlem 660 forintért veszik meg, bemegyek az üzletbe, ott 1500-ért adják. Így öljük meg - azt mondja - magunkat. Ez egy konkrét eset volt, visszaigazolható, név nélkül. Ez egy rozé borfajta, annyit hadd mondjak el.

Tehát itt valami tarthatatlan állapot alakult ki, mert ezek után én megértem sajnós, hogy ha nekik 660 forintos áruk van - palackárról beszélek - akkor nem fogunk tudni ellépni abban a nagy dilemmában, amit nagyon köszönök, hogy kormánybiztos úr a szőlőtermelők felé tett gesztust és irányultságot tükröz az előterjesztés, hogy ki fogjuk vágni a szőlőt. Az utolsó generációk vannak, akik még szívből, hobiból csinálják, és egy következő generációnak roppant nehéz lesz elmondani, hogy ezt érdemes csinálni. Ha nincs neki a szőlőtermelésre már egy felépített feldolgozórendszere, netán kereskedelmi hálózati kapcsolati rendszere, roppant nehéz lesz neki elmondani. 15 éve gyakorlatilag vegetálnak a szőlőfelvásárlási árak.

És itt hadd említsem meg azt a szerintem stratégiai problémánkat, amelyben szépnek mutatkozik az egymillió fölötti hektoliter mennyiség és netán még az össz 48 milliárd forintot láttam valahol éves kiviteli költségben, de amikor megnézzük, és most nem a palackos, hanem a lédigexportra, hogy ez 0,7 euró környékén, 70 eurocent környékén talál vevőre, és aztán kaptunk egy olyan adatot, hogy ezzel mi nagyon alacsony szinten vagyunk, és a következő exportőr ország ugyanabba a célországba már 1 euróért adja, ugyanúgy lédigben.

Magyarul: a magyar lédig export bornak 0,7-1 euró között még egy rendkívül nagy árrése lenne, amivel föl lehetne oda menni, de valamiért mi magunkat építjük lefelé vagy egymás közti konkurenciaharcban vagy abban az állapotunkban, hogy merjünk kicsik lenni. Én nem tudom már, mi az az ok, és én rendkívül örültem, és tetszett az a gondolat, hogy az európai lédigbor-kereskedési standokon is legyünk szívesek már ne egymás nélkül és egymás ellen küzdve ott lenni, hanem a magyar bor képviselőjében és egységesen pozicionálva, hogy emberek, 0,7-ért nem lehet magyar bort kapni.

Az, ami történik az illatos szőlők világában, hogy van egy irsai és cserszegi fűszeres illatos szőlőfajtánk, relatíve nagy mennyiségben termelve az országban, és ezt primitív áron kiexportáljuk Szlovákiába és különösen a csehekhez egy alkoholos üdítőital... Burcáknak nevezik ott, szintén egy alkoholos ital, aminek egy új felvevői piaca van a fiatalok körében, de rájöttek a csehek, hogy eddig az osztrákoktól vettek drágában nem illatos szőlőt, még megspékelték, hogy mi van, hogyha illatos szőlőt teszünk ehhez a kedvelt alkohollal kicsit megspékelt üdítőitalhoz. Persze, hogy kelendőbb lett. De próbáljon már meg valaki rajtunk kívül, Magyarországon kívül venni valahonnan illatos szőlőfajtát! Ez a legféltettebb kincse minden országnak, a franciáknak, az olaszoknak, ami van, ezt soha meg nem fogja venni egy kívülálló. Mi pedig szüreti időszakban tartálykocsikban, cefrére lezúzva exportáljuk ezt.

Tehát én valami nagyon súlyos alapstruktúra-hibákat látok, és ezek után megjönnek ezek a 0,7-es árak; ráadásul mint kiderült a múltkori Szőlő-, Bor, Pálinka Albizottság ülésén, ezek a termékek még nem jövedéki termékek, roppant bizonytalan róla az adatszolgáltatás, mert még kvázi szőlő kategóriában megy ki.

Mert ha borkategóriában menne, ott már minden adatot nagyon pontosan tudunk, és ugye, az alkoholokra jellemző szállítási útvonal szigorúságát minden pillanatban tudjuk, ezekről semmit nem tudunk, mert kvázi szőlőként, még nem alkoholos állapotban megy ki. Egy olyan pozícionkat veszítjük el, hogy én ezt rendkívül sajnálom. Nagyon örülnék, ha kiterjedne a stratégia és az együttgondolkodás az ilyen alapvető problémák felszámolására, mert ezt nem tartom jó útnak.

És engedje meg, kormánybiztos úr, hogy a múlt heti, vagyis az utolsó ülésünkről elmondjam, hogy a Vindependent képviselője egy nagyon érdekes szakmai levelet és ezen belül egy mondatot írt, amelyre én nem tudom a választ. Azt mondja, hogy a kormánybiztos úr környezetében a mostani bormarketingpénzek átcsoportosítása miatt írja nekem, hogy fontos lenne tisztázni, hogy másfél-kettő éve a HNT miért nem tudja azt a 70 százalékos intenzitású VP pályázatot megvalósítani, amelynek az önerejét a piacszerzési intézkedések keretében beszervezett szakmaközi bormarketing-járulék jelenti.

És ő azt vélelmezi, hogy a Nemzeti Bormarketing Ügynökség miatt áll itt most meg, hogy egy 70 százalékos intenzitású pályázatot nem tudnak a szőlőtermelők érdekében megnyitni. Igazából én ennek nem tudom az okát, meg azt sem, hogy a HNT is így látja-e Nekem a Vindependent elnökétől jött ez a megkereső levél. Próbáljuk meg kihámozni, hogy hol az igazság! Köszönöm szépen.

Rókusfalvy Pál kiegészítő válasza

RÓKUSFALVY PÁL kormánybiztos: Köszönöm. Szabad egypár mondatot válaszolnom, elnök úr?

ELNÖK: Parancsoljon!

RÓKUSFALVY PÁL kormánybiztos: Köszönöm szépen az összes észrevételt, és örülök, mert amiket elmondott az előzőekben, számunkra alapvetések, akár a szőlőágazattal kapcsolatban vagy a borexporttal kapcsolatban, hogy hogy lehetne ezt a terméket megvalósítani, ami még nem termék lédigbor formájában. Ezen dolgozunk.

Ahogy talán kiderült az elmondottakból, vannak rövid, közép- és hosszú távú dolgaink, feladataink. A kutatóintézetekkel sok a feladat. Pont Tokajról beszélt itt az előzőekben a képviselő úr is, de azt el kell mondanom, hogy minden borvidéken jó példákkal találkozunk, azokat erősítjük. Mi azokat a példákat keressük.

A pécsi kutatókat azért mondtam, mert összekötve az egyetemen való borkulturális előadásommal, a termelőket leültettem a kutatókkal. A kutatóintézetnek például egy nagyon ismert borász a vezető borásza, tehát nagyon komoly anyagok készülnek ott. Olyan rezisztens fajtákra kutatnak már, amire szükségünk lesz az életben maradáshoz.

Nekem egyszerre gyönyörű a feladatom, és talán kiderült, hogy lelkes vagyok ettől a feladattól, de azt is látom, hogy sok szempontból gigászi és - Hogy mondják a borászok? - kihívásokkal teli időszak elé nézek. Én azért látom a lelkesedéssel együtt azt is, hogy van lehetőség és megoldás mindenre.

Az előzőeket meg azért hallgattam picit érdeklődve, amit Wille-Baumkauff Marta írt, a Vindependent elnöke, mert ennek a szervezetnek én az alelnöke, elnökségi tagja vagyok, tehát akár Mártával meg fogom tudni majd beszélni ezt is. A kettő között nincs összefüggés.

Amit a HNT megnyert, egy európai uniós pályázatot, az teljesen független. Tehát aki a kormányhatározatokat nézi, amikor mi megkaptuk a kinevezéssel együtt az erre vonatkozó büdzsét, ez az összeg teljesen független a HNT-től.

A HNT egy szakmaközi szervezet, az a HNT pályázata, amit egyébként ők elindítottak, megnyerték, a HNT megnyerte ezt a pályázatot. Eredetvédelemről szólt ez a pályázat. Valóban 70 százalékos intenzitású, és én úgy tudom - de hát, a HNT-t, elnök urat kéne megkérdezni -, hogy az elnökváltás miatt is volt ebből egy csúszás, hiszen közben a HNT elnököt is váltott, és volt egy dilemma, hogy ezt a pályázatot meg tudják-e, meg akarják-e valósítani. Nincs összefüggésben a kettő.

Mi azon dolgozunk, hogy az összes olyan szervezettel - például a HNT-vel együtt is - próbáljunk egy olyan környezetet kialakítani, hogy mindenki a saját feladatát vigye, és ez nagyon fontos, hogy a saját feladatát mindenki találja meg. A Magyar Bormarketing Ügynökség feladata a termelőket segíteni.

Tehát abban - ha ők esetleg bármilyen segítséget szeretnének akár ennek a pályázatnak a megnyerésében, akkor -tudunk segíteni, de ez szervezetenként is meg költségvetésileg is teljesen különálló terület, tehát nincs összefüggés. Azok a pénzek nem vesznek el.

Ha a szakmai véleményemet kérdezi, azt a pályázatot meg kell csinálni, és azt a HNT-nek - ha kell, ha szükséges, nagyon szívesen segítünk benne - meg kell valósítani.

Sok mindenről nem tudtam itt beszélni, és valóban úgy kezdtem, hogy 20 percet tudok maradni, elnézést kérek, nyilván késni fogok a következő megbeszéléseimről, mert fontosnak tartom, hogy értsék azt a munkát, amit elkezdünk, és lehet, hogy nekem kellene egy picit összefogottabban beszélni. Nézzék el nekem, harminc éve

kommunikációs világban élek, és csukott szemmel, odafigyelés nélkül is képes vagyok beszélni, pláne arról, ami érdekel, ami ténylegesen fontos szempontok.

Nem említettem önöknek a digitalizációt, ami azért fontos, mert ha a digitalizáció kérdését például elővesszük, ami a turizmusban az adatalapú ágazati irányítást megvalósította, ha ez megvalósulna a borban - és én ezen dolgozom -, akkor az a termelő pontosan tudja, hogy amikor ez a palack bor elkészült, ez neki hány forintba kerül. És nem történne olyan méltatlan helyzet, és eggyel több információ lenne a piacra földobva, hogy a vállalat, aki átveszi vagy a kereskedő, aki átveszi a termelőtől a bort, olyan helyzetbe hozza a termelőt, hogy ne legyen tisztában az ember azzal, hogy az a bor, amit ő 700 forintért állít elő, ne legyen eladható 650-ért, mert akkor csődbe fog menni. A piaci realitást mindenkinek tudomásul kell venni.

Ha egy termelő úgy gondolja, hogy az ő csúcsbora a piacon 30 euróért eladható, de közben a bor egyébként megtermelhető a világban máshol 15 euróért, akkor nem fogják megvásárolni. Ha a bort úgy adjuk el, hogy olcsóbban, mert a magamét nem számolom, csak az alvállalkozóimat, akkor csődbe fogok menni.

Tehát azzal, hogy egy digitalizációval az ágazatalapú, mindenki számára valós, valid számokat időarányosan, nem utólagos bevállalással megtudjuk, az azt is fogja segíteni, hogy mindenki tisztán lát a piacon, üzleti alapon tud dolgozni. Ez, azért valljuk be, ennél a témánál nagyon fontos lenne, és ebben van még pótolni való házi feladatunk, hogy a borászok legyenek tisztában közgazdaságilag a saját, általuk megtermelt értékkel, és utána pontosan jobban fogják tudni magukat a kereskedőkkel szemben képviselni, és így fognak tudni segíteni a szőlőágazaton is. Tehát mind a három szereplőnek a saját feladatát látnia kell, ezt világosan körvonalazni kell. Mondom, hogy vannak rövid, közép- és hosszú távú feladataim.

Én nagyon nagy lehetőséget látok most. Egyrészt mint kormánybiztos látom, hogy mik a pontok, amiken valóban dolgoznunk kell, másrészt meg látom azt, hogy ezzel tudunk egyfajta koordinálást és mozgalmi állapotot előidézni a többi szereplővel is. Együtt dolgozunk, és minden szereplővel meg fogjuk találni a megfelelő formát erre az együttműködésre. Köszönöm.

ELNÖK: Köszönöm szépen a tájékoztatást. Nincs további kérdés? *(Jelzésre:)* Igen, Prónay Bence tanácsadó úr!

DR. PRÓNAY BENCE tanácsadó: Köszönöm, elnök úr. Egyetlenegy zárógondolat, csak a táblázat nem hagy nyugodni. A kivetítőn látják a helyes táblázatot. Tehát úgy néz ki, hogy a grafikus kollégák színben nem tartották összhangban lévőknek a prezentáció anyagát, ezért átszerkesztették a színt is, de millió liter, és ezek a helyes színek, ahogy a kivetített ábrán látják. Köszönöm szépen.

ELNÖK: Köszönöm szépen. Közben megoldottuk, hogy ez a helyes, a kivetített táblán lévő adatsor.

Még egyszer köszönöm szépen a kormánybiztos úrnak és tanácsadójának a jelenlétet, és hogy széleskörűen és nem rejtve maradtak most már azok a munkálatok, amelyeket végeznek, és hogy ezeket meg tudtuk beszélni. Remélem, hogy a bizottsági ülésünk nyílt anyagát amikor majd közzétesszük a honlapunkon, akkor elég sok olvasót tudunk majd ideterelni, hogy legyenek szívesek elolvasni a nyílt honlapunkon az itt elhangzottakat, hiszen szó szerinti jegyzőkönyv készül szokásunk szerint.

Köszönöm szépen. Az első napirendi pontot lezárom. *(Az elnök elbúcsúzik a vendégektől.)*

**Egyes agrártárgyú törvények módosításáról szóló T/6075. számú törvényjavaslat
(Részletes vita a HHSZ 44-45. §-a alapján)**

Folytatjuk a bizottsági ülést a második napirendi ponttal, amelyben az egyes agrártárgyú törvények módosításáról szóló T/6075. számú indítvány részletes vitáját fogjuk most lefolytatni.

Köszöntöm Andréka Tamás államtitkár urat. Az első vitaszakaszt nyitom meg, amelyben a házsabályi rendelkezéseknek való megfelelést vizsgáljuk meg. Kérdezem államtitkár urat, hogy van-e észrevétele a házsabályi rendelkezés előírásával kapcsolatosan a benyújtott indítványhoz. (Jelzésre:) Nincs. A bizottság tagjainak észrevétele? *(Nincs jelzés.)* Nincs.

Határozathozatalok

Akkor szavazunk erről. Ki az, aki egyetért azzal, hogy a házsabályi rendelkezésnek megfelelően került benyújtásra a törvénytervezet? Aki ezzel egyetért, kézfeltartással ezt jelezze! *(Szavazás.)* Ez egyhangú.

A második vitaszakaszhoz érkeztünk, amelyben először az egyéni képviselői indítványokat fogjuk a háttéranyagból megvitatni. Ha jól láttam, kettő indítványunk van összesen. Majd megkérdezem államtitkár urat, hogy a kormány vagy a tárca álláspontját képviseli.

Szabadi István, a Mi Hazánk képviselője nyújtotta be. Ez a benyújtott indítvány egyébként összefügg a 2. indítvánnyal is, ezért együttesen tárgyaljuk a két indítványt. A kormány vagy a tárca álláspontját kérdezem az indítvánnyal kapcsolatosan. Államtitkár úr!

ANDRÉKA TAMÁS államtitkár (Agrárminisztérium): Köszönöm szépen. Jó napot kívánok. Tisztelettel köszöntök mindenkit. Tárcaálláspontot képviselek, és a háttéranyag 1. és 2. pontjában foglalt módosításokat a tárca nem támogatja.

ELNÖK: Kérdés, észrevétel van-e ezzel kapcsolatban? *(Nincs jelzés.)* Nincsen.

Akkor szavazunk róla. Ki az, aki támogatja az indítványt? *(Szavazás.)* Egy. Ez kisebbség. A bizottságunk nem támogatja az indítványt.

Képviselőtársaimnak is jeleztük, és kiosztásra került, hogy tervezünk a bizottság részéről módosító indítványt benyújtani. Ezt megkapták. Több pontban vannak stílisztikai, de vannak érdemi módosítások is a benyújtott törvényjavaslatához.

A bizottság által benyújtani szándékozott tervezet összességét elvileg a bizottság tagjai át tudták tanulmányozni. Államtitkár urat kérdezem, hogy van-e észrevétele, kifogása, szakmai vagy bármilyen jogalkotási javaslata a benyújtandó indítványhoz.

ANDRÉKA TAMÁS államtitkár (Agrárminisztérium): Köszönöm szépen, elnök úr. Nincs semmilyen kifogásunk. Támogatjuk, hogy a bizottság ezt a módosítótervezetet benyújtsa.

ELNÖK: Kérdés, észrevétel a bizottság tagjai részéről van-e? *(Nincs jelzés.)* Nincsen.

Akkor szavazásra teszem föl a kérdést. Kérdezem, hogy ki az, aki egyetért azzal, hogy a kiosztott, részletes vitát lezáró bizottsági módosító javaslatokat, amelyeket önök megkaptak, a bizottság benyújtsa. Aki ezzel egyetért, kézfeltartással jelezze! *(Szavazás.)* Ez többség.

Bizottságunk a döntésnek megfelelően benyújtja az indítványokat.

Ha nincs további indítvány, akkor a részletes vita lezárásáról döntünk. Ki az, aki egyetért azzal, hogy a részletes vitát lezárjuk? Aki egyetért, kézfeltartással ezt jelezze! *(Szavazás.)* Ez egyhangú.

Ki az, aki egyetért azzal, hogy kötelezettségünk szerint a jelentést nyújtjuk be a tisztelt Házhoz erről a vitáról? Aki ezzel egyetért, kézfeltartással jelezze! *(Szavazás.)* Egyhangú. A jelentés benyújtása meg fog történni.

A napirendi pontot lezárom. Köszönöm szépen államtitkár úrnak a jelenlétet. *(Andréka Tamás távozik az ülésről.)*

Egyebek

Megnyitom az egyebek napirendi pontot. Van-e bárkinek az egyebekben bejelentés bármivel kapcsolatosan. *(Nincs jelzés.)* Nincsen.

Magam mint bizottsági elnök szeretném megköszönni a várhatóan a mai tudásunk szerint e félév utolsó ülésén mind a bizottság tagjainak a munkáját, mind a bennünket segítő tisztviselőknak, gyorsíróknak, a jelen lévő gyorsírón keresztül a többi kollégájának a türelmét, különösen akkor, amikor egy albizottsági ülés nagyon mély szakmai részeinél a gyorsíróknak időnként nehézséget okoznak az ahhoz a szakmához értők által használt rövidítések, nemzetközi kifejezések, amelyeket utána pontosítanunk kell. Köszönjük a türelmüket.

Meg szeretném köszönni mindazoknak, akik a médián keresztül és a média segítségével közvetítették a bizottságunk ülését, szakmai újságíróknak, akik sokszor jelen vannak. Még parlamenti időben többször fogunk találkozni a most általunk tudott forgatókönyvek miatt, úgyhogy én csak a bizottság tagjainak kívánok áldott karácsonyt és tartalmas, jó pihenési időszakot. A parlamenti munkánkra ez még nem igaz, ott még lesz mit tennünk.

Az ülés berekesztése

Köszönöm szépen a féléves munkát mindenkinek, az ülést berekesztem.

(Az ülés befejezésének időpontja: 11 óra 25 perc)

Font Sándor
a bizottság elnöke

Jegyzőkönyvvezető: Barna Beáta