

# Az FVM Agrármarketing Centrum Kht. szerepe HÍR Programban\*

*Farnadi Éva*

FVM Agrármarketing Centrum Kht., Budapest

Érkezett: 2003.05.15.

A kilencvenes években francia kezdeményezésre indult „Euroterroirs” elnevezésű közösségi programnak az volt az alapvető célja, hogy az Unió minden tagállama feltérképezze és összegyűjtse saját országában – egy közösen elfogadott kritériumrendszer alapján – a hagyományos és tájjellegű élelmiszereket és mezőgazdasági termékeket. Mindezt tették azzal a céllal, hogy az egyes országok az uniformizálódástól megmentsék és a jövőnek megőrizték mezőgazdaságuk, élelmiszeriparuk sajátos nemzeti kincseit úgy, hogy azok egyben a szélesebb európai közösség kulturális értékeivé is váljanak és ezáltal ismertségük, keresettségük is nőjön.

A gasztronómiai örökség értékeinek leltárba vételét célzó gyűjtőmunka már javában folyt a programot kiötlő franciáknál, a CNAC (Kulináris Művészetek Nemzeti Tanácsa) irányításával, amikor 1993. szeptember 3-án az Európai Unió szintjén megalakult az Euroterroirs (Európa Vidékei) Gazdasági Érdekeltségű Európai Csoport és útjára indította az Európai Unió Bizottsága által támogatott programot az egyes régiók hagyományos és tájjellegű élelmiszereinek összegyűjtésére. A csoport összehangolt működését a CNAC irányította, míg az egyes országokban különböző marketing vagy védjegy-minősítő szervezetek valósították meg a munkát.

Angliában a Food from Britain agrármarketing szervezet, Spanyolországban az INDO eredetvédelmi minősítő intézet, Olaszországban az AGER kutatóintézet, Írországban a National Food Centre marketing centrum, Görögországban a Kulináris Hagyományok Nemzeti Tanácsa, Portugáliában a Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Piacfejlesztő Intézet, Belgiumban az Országos Mezőgazdasági Piacfejlesztő Intézet, Hollandiában HVA promóciós szervezet, Dániában a Mezőgazdasági Tanács, Németországban a DLG (Német Mezőgazdasági Társaság).

12 tagországban már létrejött a Nemzeti Gyűjtemény; a legtöbb ország könyv alakjában is megjelentette a sajátját.

---

\* Az EOQ MNB 2002. május 15-én az FVM-ben tartott rendezvényén elhangzott előadás kézírata alapján.

## A HÍR Program indulása

Az európai projekt megvalósításában végig vezető szerepet játszó francia szakemberek – a programnak a csatlakozásra váró országokban történő folytatását elhatározván – 1998-ban elsőként Magyarországnak ajánlották fel szakmai segítségüket a Nemzeti Gyűjtemény létrehozásában. 1998 tavaszán a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium a munka megkezdése és a francia együttműködés elfogadása mellett döntött és a munka kivitelezésére az Agrármarketing Centrum-ot kérte fel. Az FVM részéről az Európai Integrációs Főosztály felügyeli a programot és gyakorolja a Gyűjtemény tulajdonosi jogait.

A francia fél és az AMC között létrejött együttműködési szerződés alapján a francia szakértők vállalták, hogy a munka elvégzéséhez átadják a Francia és az Európai Gyűjtemény során alkalmazott metodikát és a munka során tapasztalataikkal, tanácsaikkal segítik a magyar szakembereket. Mivel Magyarország még nem volt tagja az Európai Uniónak, a magyar program nem futhatott az ott használt Euroterroirs néven. Gyűjteményünk – általános vélemény szerint – találó nevet kapott a Hagyományok-Ízek-Régiók elnevezéssel.

Az AMC 1998. szeptember 1-jén elkezdte a szervezési és gyűjtőmunkát:

1. Megalakult a Gyűjtemény jóváhagyására, társadalmi elismertetésére hivatott grémium, a Nemzeti Tanács, amely a programban érintett minisztériumok illetékesei mellett a tudományos élet, az oktatás, az idegenforgalom, a falusi turizmus, a gasztronómia és a vendéglátás képviselőiből, valamint termékgalmazókból és újságírókból áll.
2. A munka szakmai koordinálására létrejött a Tudományos Bizottság, valamint a Történeti Szakbizottság és az Ágazati Szakbizottság.
3. Szakbizottsági koordinátoraink széleskörű szakmai ismeretsége révén választottuk ki és kértük fel azokat a szakembereket – az egyes ágazatok kiváló szakértőit, technikusokat, mérnököket, tanárokat, professzorokat, történészeket, muzeológusokat, táplálkozástörténettel foglalkozó néprajzkutatókat –, akik a termékleírásokat elkészítették.
4. Sok ágon indult meg a termékek gyűjtése, a program népszerűsítése:
  - felhívás az iskolákhoz;
  - pályázat kiírása a Falusi Turizmus Országos Szövetségével együttműködve;

- kutatóintézetek, szakemberek közvetlen megkeresése;
- felhívás különböző gasztronómiai szaklapokban;
- kiállításokon való megjelenés során a látogatók ösztönzése a gyűjtésre.

## **A munka sűrűje**

A termékgyűjtés eredményeként az előzetes listára kb. 1150 termékjavaslat érkezett. A rendszeresen Magyarországra látogató francia szakemberek szemináriumok, konzultációk során segítettek a magyar szakembereknek annak eldöntésében, hogy a javasolt termékek valóban megfelelnek-e a Gyűjtemény kritériumainak. Ezt azért volt fontos szem előtt tartani, mert csak azok a termékek kerülhetnek be az európai Gyűjteménybe, melyek megfelelnek a megadott kritérium-rendszernek. Az illetékes magyar és francia szakemberekkel való többszörös és alapos konzultáció - sokszor élénk vita - után a Tudományos Bizottság végül mintegy 300 terméket javasolt a Gyűjteménybe felvenni. A termék-leírások túlnyomó részét a francia szakértők is véleményezték. A Nemzeti Tanács folyamatosan bírálta el a termékjavaslatokat, melyek a jóváhagyás után a végleges lista részévé váltak. A jelenlegi Gyűjteményt 2000. december 31-én zártuk le. Ezután került sor a lektorálására, melynek során még számos kérdés merült fel (pl. hiányzó adatok, ellentmondások).

Időközben elindítottuk a könyv kiadására a közbeszerzési eljárást. Az első forduló minőségi kifogások miatt nem hozott eredményt. A megismételt pályázatot a Keszler Marketing Kft. nyerte meg. A kiadó akadályokkal teli, sok fáradsággal járó, lelkiismeretes munkájának eredménye végül is szép kiállítású, kétkötetes, minden terméket fényképpel és grafikával bemutató könyv lett.

## **Az AMC szerepe a HÍR Program hasznosításában**

A Program első fejezete a könyv megjelenésével lezárult. További feladat a Gyűjtemény minél szélesebb körben történő hasznosítása. Az AMC a programban érdekelt minisztériumok együttműködésével vesz részt ebben a feladatban.

### **1. A Gyűjtemény integrálása az oktatásba**

Igen fontos, hogy a felnövekvő generáció megismerje a magyar nemzeti örökséghez tartozó hagyományos élelmiszereinket, azok történetét, készítési módját. Az általános és középiskolákban környezetismereti,

társadalomismereti vagy földrajzórákon, az élelmiszeripari és mezőgazdasági szakiskolákban, főiskolákon, egyetemeken a szaktantárgyakba integrálva, oktatási anyaggá átdolgozva lehetne a Gyűjteményt megismertetni a diákokkal.

Az első lépés e cél megvalósítására már megtörtént: az Agrármarketing Centrum támogatást nyújt a Pesti Barnabás Élelmiszeripari Szakiskolának egy oktatási jegyzet elkészítéséhez, melyben a Hagyományok-Ízek-Régiók Gyűjtemény sütőipari termékeinek a leírása technológiai oktatási anyaggá átdolgozva és egyben a termékek történetét is bemutatva jelenik majd meg. Így alkalmazható lesz az ország összes sütőipari szakiskolájában.

Másik intézkedésünk alapján az ország összes élelmiszeripari és mezőgazdasági közép- és felsőoktatási intézménye, valamint kutatóintézete kap ingyenesen egy vagy több példányt a most megjelent könyvből, hogy a Gyűjteményhez minden diák, tanár és kutató hozzáférhessen az intézetek könyvtárában. Az FVM Oktatási Főosztálya segítségével keressük a forrásokat, melyek lehetővé tennék a könyv jelentősebb példányszámban történő kiadását, hogy a Gyűjtemény minden oktatási szintre - így az általános iskolákba is - eljuthasson. Reméljük, hogy e források felkutatásában a többi érdekelt minisztérium is aktívan részt vesz majd.

Támogatásra érdemesnek tartjuk a HÍR-gyűjtemény alapján szervezett hagyományőrző tanulmányi versenyeket. A gyűjtőmunka során szoros együttműködés alakult ki az AMC és a Pesti Barnabás Élelmiszeripari Szakiskola között, így elsőként ezt az iskolát segítjük az idén őszi tervezett hagyományőrző tanulmányi verseny megrendezésében, amely során a sütőipari tanulók mérik majd össze tudásukat és ügyességüket.

## **2. A HÍR-gyűjtemény és az abban szereplő termékek megismertetése a nagyközönséggel**

E feladat keretében a következőket tervezzük:

- Nemcsak az oktatási intézményekbe juttatunk térítésmentesen a könyvből, hanem az ország összes megyei és városi könyvtárába, valamint a budapesti Szabó Ervin Könyvtár fiókjaiba.
- Terveink között szerepel a Gyűjteményben bemutatott termékekről, termékcsoportokról ismeretterjesztő rövidfilm készíttetése és bemutatása a televízióban: a termékek története, hagyományos és modern készítési módja. Elsőként a cukrászsüteményekről és az édesipari termékekről szándékozunk 20-25 perces filmet készíttetni.

- A korábbiakhoz hasonlóan tervezzük a HÍR-gyűjtemény ismertetését a szakmai és általános sajtóban.
- Belföldi és külföldi kiállításokon, vásárokon, rendezvényeken mutatjuk be - általában régiós tagolásban - a HÍR termékeket. Idén megismertettünk jó néhány terméket a berlini Grüne Woche, valamint a budapesti Utazás 2002 és Szabadidő 2002 kiállítás látogatóival. Tervezzük a gyulai Szárasztészta-készítők Találkozóján a tavalyinál még több terméket felvonultató megjelenést, valamint a FOODAPEST kiállításon a Gyűjtemény hangsúlyos bemutatását.

### **3. A termékek termelésének és forgalmának fellendítése**

A rendezvényeken, kiállításokon, értékesítés-ösztönző akciókon nemcsak a fogyasztókhöz szólunk. Igyekszünk lehetőséget adni a Gyűjteményben szereplő, de egyelőre még házaknál készített termékeknek arra, hogy a nagyobb kapacitással rendelkező gyártók/forgalmazók érdeklődését felkeltsék.

Minden rendezvényen nagy sikert arat például egy tésztafajta készítésének bemutatása és kóstoltatása. Ez a hagymás zsírral megkent, feltekert, csíkokra vágott, majd csomóra kötött levesbetét, melyet Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében "kötött tészta", a Jászságban "kötött galuska" néven ismernek, nem tartható el sokáig, mint pl. bármelyik szárasztésztafajta, de mélyhűtött formában forgalomba hozva biztos nagy tetszésre találna a magyar ízek kedvelői között. Ha létezik az olasz ravioli mélyhűtött változatban, miért ne lehetne ezt a tájjellegű magyar tésztafajtát is gyártani és forgalomba hozni?! Vagy miért ne kezdheté el egy másik, kisebb tejüzem gyártani a jellegzetes magyar sonkasajtot, melynek készítését a külföldi érdekltségűvé vált korábbi gyártó beszüntette?

Ügyes kezdeményezésnek tartjuk az idei gyulai Tarhonyafesztivál szervezői részéről azt az akciót, melynek keretében a rendezvény három napján az ország összes Hunguest szállodájának éttermében tarhonyából készült ételek széles választékát kínálják, megismertetve a külföldi, de a magyar vendégeket is ezzel a változatosan elkészíthető hagyományos magyar élelmiszerrel.

A termékek termelésének és forgalmának fellendítésében az idegenforgalom fejlesztését célzó intézményekkel, nevezetesen a Magyar Turizmus Rt-vel és a Falusi és Agroturizmus Országos Szövetségével szorosabb együttműködést képzelünk el.

#### 4. A Gyűjteményben szereplő termékek oltalmi lehetőségei

A HÍR-könyvben szereplő termékek közül jó néhány nagy eséllyel pályázhat az eredetvédelem vagy a földrajzi árujelző oltalmának elnyerésére. Van néhány élelmiszer a Gyűjteményben, mely máris részesült a fent említett oltalom valamelyikében (pl. szegedi paprika, szatmári szilvapálinka).

Jelenleg, a francia és magyar mezőgazdasági miniszter által 2000-ben aláírt, a mezőgazdasági ágazat fejlesztését és a minőségi termékek gyártásának ösztönzését célzó együttműködési megállapodás keretében francia-magyar munkacsoport dolgozik azon, hogy megvizsgálja, mely magyar termékek részesülhetnek eredetvédelemben. Az együttműködés alapidokumentumaként a Hagyományok-Ízek-Régiók Gyűjtemény szolgál, de az ebben nem szereplő termékek is szóba jöhetnek.

Az együttműködés első szakaszában a vizsgálódás egyelőre csak a zöldségre és gyümölcsre terjed ki, valamint az ezekből készült termékekre. Ezt a választást alátámasztja az a tény, melyet a francia szakértők a gyűjtőmunka során többször is elismeréssel hangsúlyoztak, miszerint Magyarország igen gazdag zöldségben és gyümölcsben. Valóban, a kereken 300 terméket számláló HÍR-gyűjteményben a többi ország terméklistájához képest jelentős arányt képvisel a zöldség és gyümölcs. A következő táblázat mutatja három EU tagország és Magyarország Gyűjteményében a zöldség és gyümölcs arányát.

Ország	Összes termék	Zöldség	Gyümölcs
Magyarország	300	51	51
Nagy-Britannia	395	24	28
Németország	300	11	16
Spanyolország	532	46	35

#### 5. Gyűjtőmunka a határon túli magyarlakta területeken

Tervbe vettük hasonló Gyűjtemény létrehozását a határon túli magyarlakta területek élelmiszeripari és mezőgazdasági termékeinek feltérképezésére. A HÍR-gyűjteményből sok esetben azért maradt ki egy-egy hagyományosan magyarnak tekintett termék, mert a táj, melyhez kötődik határainkon kívül található. Ebben a munkában diákok – elsősorban a Szent István Egyetem Kertészettudományi Karának kihelyezett tagozatainak tanulói – valamint a helyi múzeumok néprajzkutatóinak segítségére számítunk.