

Fajtainnováció és a kereslet fellendítése a hazai almatermesztésben

„Harmóniában a természettel és az emberrel” szlogen első hallásra nekem általában és talán elcsépelten is hangzott, amit gyakorlatilag bármilyen termékre, szolgáltatásra rámondhatnánk az eladást ösztönözve. Hogy kapcsolódik mindez az almatermesztéshez, ami eleve természet közeli, egészséges és még sorolhatnám? Szeretném a következő élménybeszámolómban elején leszögezni, hogy nem vagyok almatermesztő, csak lelkes és kíváncsi fogyasztó, sőt emellett igyekeztem termelői oldalról megközelítve, gyakorlati szemszögből értelmezni, most pedig olvasóinknak bemutatni egy egyedülálló kezdeményezést.

„A Holland Alma Kft. 17 éves faiskolái és termelési tapasztalattal rendelkeznek, országsszerte keresettek gyümölcsfái és energiafűzei, tehát bejárattott faiskoláról beszélhetünk. Mégis kb. 5 évvel ezelőtt elindult egy szemléletmód váltás, akkoriban kezdtünk új fajták után kutatni egy „innovatív faiskola” létrehozásában gondolkodva. Az újdonságot nemcsak a fajtafrissítés jelentette, hanem egy valóban más nézőpont, amit a faiskolától indítva a termelőkön át egész a fogyasztóig szeretnénk megismertetni.” – ezekkel a gondolatokkal nyitotta meg Babicz Szabolcs a kóstolóval egybekötött szakmai bemutatót Pircsén december 8-án.

Először egy adatokkal alátámasztott rövid indoklás: a telepítési támogatások 2004-05 óta megszűntek, aminek következtében csökkent a faiskolák kínálata iránt a kereslet, és visszább kellett venni a termelésüket, ami gyakran a megszűnéshez vezetett. Ezt a folyamatot mi sem jelzi jobban, hogy a Faiskola Szövetség létszáma a 360-ról 150 alá esett, és mára a kereslet 70%-át mindössze 4-10 faiskola elégíti ki. Ehhez persze hozzájárult a fogyasztói szokások megváltozása is, amit sokszor nem is a fogyasztó dönt el, hanem a kereskedelem, hiszen ha megállunk egy „nagy bevásárló központ” gyümölcs részlegén, nézzük meg, mi alapján döntünk az almák közt. Az árát, fajtáját vagy származását nézzük meg először? Sőt továbbmegyek: egyáltalán almát veszünk?

Mindezeket elgondolkodva Pircsén a vásárlók szokásait és a termelők tapasztalatait-igényeit együttesen vették figyelembe. A fogyasztók friss, jóízű, kedvező árú és vegyszermentes terméket szeretnének vásárolni. A termelők termékeny, jól tárolható, jól eladható és betegségeknek ellenálló fajtákat szeretnének termelni. Ezek miatt jutottak arra a következtetésre, hogy az alapoknál kell váltani, azaz a fogyasztóknál kell generálni egy igényt



az egészséges és hazai gyümölcs iránt. Ha ezt folyamatosan és jó minőségben lehet előállítani, akkor – nagyvonalakban – a receptnek működnie kell.

„Európa-szerte kutatóállomásokat kerestünk meg, összesen 70 fajtát végigkóstolva 5 hónapon keresztül válogattuk ki azt az 5-öt, ami ízben a legközelebb állhat hozzánk, a hazai éghajlaton, talajadottságon várhatóan a legjobban produkál, és tárolhatósága is biztosított természetes körülmények között.” – ez már a kóstolón hangzott el, ahol kakukktójásként már elfogadott és közismert hazai fajtákat is csempészték a házigazdák az egyelőre anonim almászeletek közé.

A kóstoló eredményhirdetésekor nagyon elégedett voltam, mert a bírálat során a piros almák közül legjobb eredményt elért Rozelára voksoltam magam is. A sárga színűek rangsorában vezető Sirius ízben és megjelenésében is meggyőző volt, tényleg finom, arról a nemesítők nem tehetek, hogy én valószínűleg ösztönösen piros almát választok. Az iz után – mint fogyasztónak – a tárolhatóság a legfontosabb tényező, és ezeket a fajtákat hagyományos kamrában, spájzban is biztonságosan tárolhatjuk akár tavaszig (sőt állítólag az izzukra is válik).

Első hallásra és kóstolásra itt van 5 fajta, ami betegségeknek ellenálló, biztonsággal nagy hozamú, jól tárolható és természetesen finom. Fel-sorolom olvasóinknak a fajtákat (Luna, Rozela, Orion, Red Topaz, Sirius), de ne keressék a faiskolákban, még Pircsén sem fognak sikerrel járni,

mert az innováció kulcsa nem(csak) ebben van. A Naturalma® Program a termelőnek nyújt háttérrel és biztonságot, emellett kötelezettséget.

Vegyük sorra az elhangzottakat:

– Ez egy zárt rendszer a termelői elit részére, ami nem anyagi háttérrel vagy egyetemi bizonyítványt jelent, hanem igazoltan jó minőségű termőföldet, szakmai tapasztalatot, gépesítési és tárolási feltételeket.

– A nyomott értékesítési árak és magas növényvédelmi költségek közti „túlélés” szinte egyetlen megoldása a helyes fajtaválasztás. A program 5 fajtája rezisztenciában jól helytáll, így integráltan a csökkentett vegyszermaradványú keresett gyümölcsök között tud szerepelni a piacon, de biotermesztésre is alkalmazható (ez viszont a programban való szereplésnek nem feltétele!)

– Az 5 fajta egy közös, Naturalma márkát kapva jelenik meg a piacon, de mivel a fajták nem kerülnek köztermesztésbe, a programon kívül nem vásárolhatók egy hazai faiskolában sem. Ezzel konkurencia nem jelenik meg, a Naturalma gyakorlatilag nem helyettesíthető majd semmilyen más hazai vagy külföldi termékkel.

– Mindennek azért van jelentősége, mert a Program a vásárlási szokások és fogyasztó kedv beindítására reklámkampányt fog folytatni (ennek költsége az oltványok árába van beépítve).

– A termelőnek nem kell a továbbiakban az értékesítéssel és a nyomott árral foglalkoznia, Klub tagsága nagyobb biztonságot jelent, hogy almáját a „névtelen pirosalma” áránál jobban, a márkanévhez megfelelően tudja értékesíteni. Mindehhez az értékesítési tárgyalások már megkezdődtek a hazai üzletláncok és a Naturalma Program munkatársai között.

A bemutató elején elhangzott, hogy ez történelmi lépést is jelent a hazai almatermesztés életében. Ez ebben a formában igaz, de épp az elvet és ötletet igazolja, hogy mindez már működik Nyugat-Európában, ahol többek között ilyen programmal védik a helyi termelőket (és fogyasztókat is).

Amennyiben Ön almatermelő, akkor keresse bizalommal a Program munkatársait (Holland Alma Kft. Pircse, 30/278-1598, 42/280-388, info@hollandalma.hu), ha viszont hozzám hasonlóan „csak” almafogyasztó, akkor a termelés beindulásáig és a reklámkampány megjelenéséig még pár év türelmet kér a Naturalma® Program.

Sándor Ildikó