



Merre? Tovább? Magyar? Alma?

Már a cím is sokkoló és számtalan kérdést vet fel. Van-e szükség magyar almára Magyarországon? Érdeke ez a kereskedelemnek? Érdeke ez a termelőnek? Lényeges-e a fogyasztó számára? Asztali vagy ipari almát érdemes termelni? Érdemes-e termelni egyáltalán? A hazai almatermelés felélvezhető-e tetszhalott állapotából, vagy a jövőben is csak nosztalgiáznunk fogunk egykori almás múltunk fényesebb napjainak emlékére? Valamint, közben hogyan gondolkodnak Európában, tőlünk keletebbre és nyugatabbra? Nekik vajon megéri-e almával foglalkozni, és ha igen, akkor miért; vagy ha nem, akkor miért nem? **Vizsgáljuk meg sorra e kérdéseket**, rendszeres módon egy marketinggel is foglalkozó faiskolás szemüvegén keresztül, aki viszonylag kívülről, objektíven figyeli a piacot és nagyobb szeptet lát az európai trendekből, mint egy átlagos almatermesztő.

Van-e szükség itthon hazai almára, vagy továbbra is egyre növekvő mértékben fogyasztjuk a külföldi gyümölcsöt? Az asztali alma mintegy fele az áruházláncokon keresztül jut el a fogyasztókhoz, a másik fele több kisebb csatornán keresztül talál utat a háziasszonyok kosaráig. A láncok nem érdekeltek a hazai alma forgalmazásában, számukra egy fontos: folyamatosan, ugyanazt a minőséget tudják pulton tartani, lehetőleg maximális hasznot realizálva. Néhány multi fontosnak tartja, hogy hazai termékkel kampányoljon. Ennek ellenére is **sok a külföldi alma a hazai polcokon**. Ez nem feltétlen az áruházláncok hibája, hiszen sok esetben a hazai termelők nem tudják ugyanazt a minőségű árualapot folyamatosan biztosítani. A fogyasztó az attraktív megjelenésű almát veszi el a leghamarabb a polcra, de egyre nagyobb szerep jut az almafajták íz szerinti megítélésének és a visszatérő vásárlásoknak is. **A vásárlók tudatosabb rétege egyre határozottabban keresi az általa megkedvelt fajtát. Kevésbé érdekli, hogy a gyümölcs honnan származik, ha az mutatós, finom és megfizethető.** Kevés az olyan vásárló, aki fontosnak tartja, hogy hazai terméket vásároljon. **A nemzeti öntudatra apellálni kevés!** A válság kapcsán egyre többen adják fel a hazai termékekkel kapcsolatos elveiket a megfizethetőség oltárán. Egy azonban biztos: az itthon megtermelt almának idehaza is lenne piaca. Az étkezési alma kivételünk elenyésző, **Magyarország tehát nettó importőr almából!** (Miközben a nosztalgikus érzések más emlékeket idéznek!) Ha a belső termelésünk nem fedezi az idehaza keletke-



Kóstoló és fajtabírálat

ző igényeket, akkor azt hiszem nem kérdéses, hogy van-e szükség idehaza megtermelt – minőségi – almára. Ha az olasz, osztrák termelő rentábilisan meg tudja termelni és még a szállítási költséget is elviseli az asztali alma, akkor ezt **idehaza is meg lehet csinálni!**

A FruitVeb által készített tanulmány szerint Magyarországon több, mint 28.000 hektár almaültetvény van, amire területalapú támogatást igényeltek. Ez viszont nem jelenti azt, hogy ekkora területen folyik almatermelés, hiszen ezen ültetvények egy része elöregedett, vagy még nem fordult termőre, vagy nem megfelelő ápolási intenzitásban részesült, elhanyagolt, vagy **k o r s z e r ű t l e n** alany-fajta kombinációjú ültetvény. Ezt támasztja alá az az adat is, miszerint a 28 ezer hektáron durván csak 500 ezer tonna alma terem évente. Ez csak 18,4 t/ha fajlagos termésátlagot jelent, ami siralmas teljesítmény a hektáronként 40 tonna minimális elvárt hozamhoz

képest. **A jelenleg kialakult piaci árak mellett minimálisan 40 t/ha hozamot kell produkálni az ültetvénynek ahhoz, hogy a termesztés rentábilis legyen.**

Szintén a FrutiVeb adatai számszerűsítik azt az ijesztő tény, hogy a jó (ápolat, megfelelő kultúrállapotú és fajtaösszetételű) ültetvények aránya az összes ültetvényfelületnek csak a 28%-a, ami alig éri el a 8000 hektárt! A prognózisok szerint – ha semmi sem változik – 5 év múlva már csak 5600 ha megfelelő almaültetvényt számolhatunk az elöregedések miatt! Egy évtized sem kell hozzá, és a magyar almatermesztésről csak múlt időben beszélhetünk!

Betegség-ellenálló étkezési almafajták a Holland Alma Kft.-től
Naturalma: az egészség oltalma

www.hollandalma.hu
Tel.: 06 42 280 388, E-mail: info@hollandalma.hu

Értékesítés:
Uhrinné Anikó mobil: 30 278 1597
e-mail: uhrin.aniko@hollandalma.hu
Kónya Roland mobil: 30 488 4470
e-mail: konya.roland@hollandalma.hu
Siklódi István /RO/ mobil: 30 605 5607
e-mail: istvan.siklodi@hollandalma.hu
Babicz Szabolcs mobil: 30 278 1598
e-mail: bszabolcs@hollandalma.hu



Sirius - M9 - 2012 október

Hasonló, de még jobban kiélezett a helyzet a szomszédos Romániában és Ukrajnában, ahol a belső fogyasztásnak még a felét sem termelik meg, valamint a termelés hagyományai sem nyúlnak vissza olyan régmúltra, mint hazánkban. Ebből, a földrajzi közelségből és a fizetőképes keresletből adódóan Románia és Ukrajna középtávon felvevőpiacként is funkcionálhat. Az említett két szomszédos országban államilag támogatott ültetvénytelepítésekkel igyekeznek csökkenteni kiszolgáltatottságukat. De tőlünk keletre jelentős ültetvénytelepítések folynak állami támogatás híján önerőből is. Nekik fontos, hogy saját szükségletüket saját erőből próbálják fedezni. Remélhetőleg a jövőben Magyarországon is elmondhatjuk, hogy az agrárkormányzat számára fontos mindez, hiszen a FruitVeb felméréseinek hátterében kormányzati megrendelés áll. Idehaza **13 ezer hektár új telepítésű almaültetvényre lenne szükség a következő 6 évben ahhoz, hogy a hazai szükségletek itthonról kielégíthetők legyenek.** Ehhez M9-es és MM106-os alanyon vegyesen több, mint 26 millió darab oltványra lenne szükség, amire a hazai faiskolai szektornak mind minőségben, mint mennyiségben fel kellene készülni.

A termelő faiskolák száma az elmúlt öt évben lefeleződött. Ebből és a növekvő hazai igényekből, valamint a külföldi telepítések elszívó hatásából adódóan idehaza relatív oltványhiány tapasztalható a piacon. Ez nem csak az almára, hanem minden gyümölcsfajra igaz.

Ha nem történik rövidesen állami beavatkozás, akkor csak nagyon kevés hazai termelő lesz képes önerőből megújítani termőalapjait. A faiskoláknak már most meg

kellene kezdeni a felkészülést területben, szaporítási alapanyagban, fajtainnovációban; aminek szintén korlátai vannak. Az állami segítséggel létrehozott telepítések is csak úgy működhetnek megfelelően, ha a pályázati rendszer figyelembe veszi a biológiai és a pályázatoknál előírt elbírálási határidőket. Ha a pályázati lehetőségek 2013-ban kiírásra kerülnek, a faiskolai felkészülésnek már meg kellett volna kezdődnie. A valóság azonban más képet mutat. A faiskolák többsége a továbbiakban is keveset szaporított és a fajtasortiment is elavult, egy-két üdítő kivételtől eltekintve. Ha 2014-ben valóban kiírásra kerülnek a telepítési támogatások, ehhez a döntéshez a faiskolák figyelmét már most fel kellene hívni, hiszen már most el kellene kezdeni a felkészülést a megemelt szaporításokra.

Étkezési vagy ipari alma? Örök és visszatevő kérdés az almatermesztők egy részének körében, sok vita kiváltója. Tartja magát egy tézis: **a léalmát nem termesztjük, a léalma képződik.** Amikor az étkezési alma önköltsége 30-34 Ft között alakul, **egy termelő sem engedheti meg magának azt a luxust, hogy 10-30 Ft közötti felvásárlási áron értékesíthető léalmát termeljen.** Való igaz: léalma minden ültetvényen, még a legintenzívebben ápol, legkorszerűbb fajtaösszetételű ültetvényen is „képződik”, és erre a léalmára is szükség van. **Az almatermelés gazdaságosságát viszont minden esetben az asztali, étkezési minőségi követelményeknek megfelelő termékhányad biztosítja.** Minél magasabb ez az arány egy ültetvényen belül, annál jobb az ültetvény gazdaságossági mutatói. Ahol ez az arány eléri, vagy meghaladja az 50%-ot, ott az almatermesztés gazdasági eredményessége **megkérdőjeleződik. A célültetvényeken megvalósuló ipari almatermesztés létjogosultsága** e miatt szintén **vitatható.** A rezisztens fajták első generációjának meghonosodásával párhuzamosan elterjedt egy extenzív műveléssel együtt járó felfogás is, ami a rezisztenciából adódó tulajdonságok hangsúlyozása mellett alacsony intenzitású növényvédelmet célzott meg. Ez egyben alacsonyabb költségintet is eredményezett, de annyira azért nem, hogy az önköltség biztosan az évről-évre hektikusan ingadozó léalma felvásárlási ára alá kússzon. Ez együtt járt azzal is, az extenzív növényvédelemben részesülő kertek extenzívebb ápolásban is részesültek a technológia egyéb elemeit érintően is. Kevesebb tápanyag, kevesebb talajmunka, kevesebb rovarölőszeres kezelés, egyszóval alacsonyabb mértékű ráfordítások. Mi lett az eredmény? **Sok olyan ültetvény létezik, melyet csak azért részesítenek minimális ápolásban, hogy az AKG-s támogatásokat tulajdonosaik leigényelhes-**

sék. Emellett a képződő minimális léalma leadásból minimális haszonra is szert tehetnek. **Ez a rendszer megszülte a maga termékét: sikeres életben tartani egy olyan irányzatot, melyet a normális gazdasági szabályzók már régen padlóra kényszerítettek volna.** Emellett évekig támogattuk a léalmát különböző ártámogatásokkal, ahelyett, hogy a termőalpok megújítását, korszerűsítését támogattuk volna. Mi lenne, ha a rendszer végre az életképes megoldásokat támogatná?

Az elmúlt évek érdekes fejleményeket hoztak. Azok az almatermelők, akik keresetkiegészítés szintjén termeltek, egyre inkább eltűnnek a piacról. Legkeletibb megyénkben, Szabolcsban két évtizeddel ezelőtt szinte nem volt olyan család – beleértve a városlakókat is – akinek ne lett volna közvetve, vagy közvetlenül, kötődésük az almához. Szabolcs egy-maga ma is az almatermés közel felét adja, de már kevesebb ember érintett az ágazatban. A közepes és nagyobb méretű birtokkal rendelkező termelők – akik hivatásszerűen almatermesztésből élnek, vagy legalább jövedelmük meghatározó része származik innen – követelik az újabb és újabb fajtákat. **A központilag támogatott fajtainnováció, a központilag támogatott törzsültetvény rendszer gyakorlatilag megszűnt!** A fajtakutatási tevékenységekhez minimális központi forrás van rendelkezésre. A kutatás üzleti alapokra helyezve egyelőre az életben maradásért küzd! **Az új fajták után érdeklődő profi termelők túlléptek Magyarországon és külföldről igyekeznek beszerezni a legújabb fajtákat.** Ezt vagy legálisan – de ugyanakkor méregdrágán – teszik, vagy kevésbé legális úton, de olcsón jutnak kétes minőségű és fajtaazonosságú oltványhoz. **Egyre több kritikán aluli minő-**



Luna - M9 - 2012 október



Rozela - M9- 2012 október

ségű és katasztrofális növényegészségügyi állapotú oltvány jelenik meg az országban, elsősorban Dél-Európából.

Mi lehet a megoldás azok számára, akik továbbra is elkötelezettek a hazai almatermesztés ügyében? Választhatják a régi jól bevált fajtákat. Termelhetnek továbbra is Idaredet, Goldent, különböző Gála és Jonagold klónokat, vagy bármi más kommersz és általánosságban elterjedt fajtát. Ez esetben egyre szűkülő piacon, egymással ugyanazon fajtákkal konkurálva, az együtt cselekvésre képtelenül próbálják a bejárat utat szélesebbre taposni. Vagy választanak valami egészen más!

A rezisztens fajták új generációja már Magyarországon is megjelent a Naturalma brand égisze alatt. Az új fajták, a Luna, a Sirius, az Orion, a Red Topaz és a Rozela már nem csak varasodás és lisztharmat rezisztensek, hanem rendkívül tetszetős külleműek, tárolhatóak, de ami legfontosabb igen ízletesek, magas élvezeti értékűek is. A fajták magyarországi termesztésre való kiválasztásának elsődleges szempontjai között a kimagasló íz szerepelt! A fogyasztó és a termelő szempontjából is minden értékes tulajdonságot magukban hordoznak a Naturalma újdonosságai!

Persze, mint minden újnak, a Naturalma fajtáknak is megvannak a hívei mellett az ellenlábasai is, akik minden alapot nélkülözően folytatnak negatív kampányt az újdonosságok ellen, mondván keveset teremnek, kevés a termelési tapasztalat, nem tudják azt, amit állítanak róluk. Holott a Naturalma fajták kiválasztása 2008-ban kezdődött és ezeket a fajtákat Nyugat-Európában akkor már több éve tesztelték. Ma már idehaza is négy éves

termelési tapasztalattal rendelkezünk, melyek publikusak. **A bemutató ültetvények látogathatóak és már tudjuk, hogy az új fajták valóban tudják azt, amiről a nemesítői leírások és a külföldi kutatási eredmények szólnak. Az új fajták a hazai ökológiai környezetben beltartalom tekintetében még jobban teljesítenek, mint a nyugati vizsgálatokban.** Annak idején a Beatles sem szerette mindenki, manapság mégis mindenkinek van Beatles lemeze, vagy legalább egy-két számukat kívülről fújja. **A Naturalma ugyanígy sikerre ítélte innováció a magyar almatermesztés történetében, még akkor is, ha ennek a történetnek még csak az első lapjait írjuk.**

A rezisztens fajták legújabb generációja nem csak több és másabb, mint az előzőek, hanem egy újszerű gondolattal is többre hivatott. Hogy ezt megértsük, nézzük az alábbi gondolatmenetet. Az utóbbi 20 évben megjelent fajták közül ez egyik legnagyobb sikertörténet a Gála klónoké volt. Miért? A Gála kifejezetten varasodás fogékony és egyáltalán nem jól tárolható fajta! Miért sikeres mégis? Mert tetszetős küllemű, szemre is eladja magát, ugyanakkor az íze az igazi siker; mert a Gála az első igazán finom, nem tipikus nyári alma ízű almatermés a szezonban. A Gála pusztán ennek a tulajdonságának köszönhetően sikerfajta lett. Nézzünk egy ellenkező példát, a Granny Smith példáját. A „Kovács Nagy” fajtája is érzékeny varasodásra, tárolhatóan tárolható ugyan, de az íze nos az íze hagy némi kívánni valót maga után. (Bár egyes termőtájakon, egyes évszázadokban, egyeseknek kifejezetten ízlik.) Ennek ellenére hazánkban egy évtizeden keresztül igencsak keresett fajta volt, köszönhetően annak, hogy az egyik fogkrém reklámjában nap, mint nap feltűnt a televízió képernyőjén. A „jók a fogaid Laci” szlogen mellé még ma is halljuk a harsanó harapást, ahogyan Laci jóízűen tesz magáévá egy falatka zöldalmát. Ennek a közvetett reklámnak köszönhetően a Granny is keresett fajta volt a pultokon és a faiskolákban is. A reklám legalább hat éve eltűnt a képernyőkről és magával vitte a részleges feledésbe a zöld almák fentebb nevezett képviselőjét is. Láthatunk példát tehát arra is, hogy egy megfelelően felépített mesterséges imázs egy gyengébb fajtából is sztárt faraghat.

Ezek adták az ötletet a Naturalma legfontosabb újításának, a közösségi marketingnek! Mi ez? A Naturalma fajták rezisztencia, tárolhatóság, korai termőrefordulás, rendszeres és bő terméshezozás, de kiváltképp küllem és íz(!) alapján kerültek kiválasztásra a hazai termesztéshez. Ez önmagában is elég, hogy a Gála analógiáján szép sikert fussanak be! **A Naturalma termelők viszont azt szeretnék, hogy a siker ne csak szép, hanem gyors is legyen, ezért a**

„jó bornak is kell a cégér” alapon közös marketingtevékenységbe kezdtünk. Ehhez hasonló eddig Magyarországon, de még Európában sem nagyon volt. A marketing költséges műfaj, amit egy-egy elszigetelt termelő, vagy termelői csoport nem tud hatékonyan működtetni. A Naturalma ezért folyamatosan megújuló forrást is rendelt marketing elképzelései mellé. Ez a marketing hozzájárulás pedig a Naturalma oltványok árába van beépítve. A licencdíjak, ami külföldi szaporítási alapanyag és a marketing hozzájárulás miatt a Naturalma oltványok ára magasabb, mint a kommersz fajtáké. Ennek ellenére a brand marketing elképzelései mégsem pazarlóak, hanem egyedi ötleteken alapuló, célzott akciók precíz és hatékony végrehajtásán alapszanak. Az előző másfél évben – mint az a szakajót forgató számára érzékelhető – egyre nagyobb számban valóstítottuk meg a termelők informálását a mezőgazdasági magazinokban. Ezen kívül már több, mint 1500 fő termelővel végigkóstoltattuk és véleményeztettük fajtáinkat, mindezt a hagyományos fajtákkal összehasonlítva. **A termelőkn kívül a kóstolási tesztekbe és fajtabírálatokba több mint 500 fő laikus érdeklődőt is bevontunk, ezzel máris megkezdve a fogyasztói marketing első lépcsőjét. Az idei évben már megjelenünk a női magazinokban is, hiszen az almafogyasztó célközönségünk gyümölcshellátását zömmel még mindig a hölgyek oldják meg.** Ezért szeretnénk, hogy a Naturalma árualap megjelenésének idején a hölgyek már egy jól ismert szlogen és logó után nyúljanak a polcokon. El akarjuk érni azt, hogy a Naturalma terméket választók pontosan tudják, hogy milyen előnyökkel jár, ha valaki Naturalma terméket vásárol. **Ha pedig egyszer már a kosárba kerültek a Naturalma fajták, az ízük miatt többé nem is fognak kikerülni onnan!** Ezt biztosítja a Naturalma azok számára, akik hisznek abban, hogy a magyar asztalokon Magyarországon megtermelt, magyar gyümölcsnek van helye!

Végezetül tehát megállapítható, hogy Magyarországon és Kelet-Európában az almának keresleti piaca van. Megfelelő hozamszintek mellett az asztali almatermelés, alacsonyan tartott ipari áruhányad mellett a szántóföldi növénytermesztésnél magasabb jövedelmezőségi szintet biztosít. **Az almatermesztés jövedelmező üzleti vállalkozás azok számára akik megfelelő alany és fajtahasználat mellett megfelelő kultúrállapotú ültetvényeken termelnek.** A Naturalma márka alatt felsorakozó új fajták és azok marketingtámogatása a lehetőségek alapjaiban új távlatait nyitja meg az arra nyitott termelői rétegnek. **A Naturalma fajtákat keresse a Holland Alma Kft kizárólagos szaporításában, abban a faiskolában, ahol „az életrelvő fák születnek”!**