A zöldség- és gyümölcstermelés, valamint -kereskedelem Katalóniában

Kozak Anita

Kulcsszavak: zöldség, gyümölcs, termelés, kereskedelem, Spanyolország.

ÖSSZEFOGLALÓ MEGÁLLAPÍTÁSOK, KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Spanyolország az EU egyik legnagyobb zöldség- és gyümölcstermelő országa, amely a nem mindig ideális környezeti és infrastrukturális adottságok, az utóbbi éveket jellemző makrogazdasági nehézségek, a kiszámíthatatlan piaci folyamatok ellenére is versenyképes. Ennek alapja a termelők és a kereskedők közötti szoros és hosszú távú együttműködés. A spanyolországi gyümölcstermelés egyik központjaként számon tartott Katalóniába tett tanulmányút tapasztalatait adjuk közre a termelők és a kereskedők szerveződéséről, a több szintű koordinációról, illetve az érdekképviseleti szervezetek működéséről.[1]

A ZÖLDSÉG- ÉS GYÜMÖLCSTERMELÉS SPANYOLORSZÁGBAN

Spanyolországban az ország keleti és déli, partközeli öntözött fennsíkjaira (Katalónia, Valencia, Murcia, Andalúzia) koncentrálódik az intenzív kertészeti tevékenység. Évente átlagosan 12 millió tonna zöldséget (melynek közel 50%-át a paradicsom teszi ki), 5 millió tonna citrusgyümölcsöt és 4,5 millió tonna egyéb gyümölcsöt takarítanak be.

A zöldség- és gyümölcstermelés 2008-ban 15,2 millió euró előállított értékkel 60%-ban részesedett a növénytermelés összes termelési értékéből (amely 1998-ban 51% volt). A kivitel – amelynek 94%-a az EU-tagállamokba irányult – 2008-ban meghaladta a 8 millió eurót. A fő felvevőpiacok 2008-ban Németország (23%), Franciaország (20%) és az Egyesült Királyság (14%) voltak, ugyanakkor a skandináv (5%) és a kelet-európai országokba (4%) is egyre nagyobb a kivitel.

A spanyol zöldség- és gyümölcsexport jelentős mértékben hozzájárul a mezőgazdasági termékek pozitív kereskedelmi mérlegéhez. Míg az összes agrár-élelmiszer export 40%-át a zöldségek és a gyümölcsök teszik ki, addig az importból mindössze 12%-ban részesülnek. Spanyolország az EU második legnagyobb zöldség- és gyümölcsexportőre Olaszország után. A legfontosabb exporttermékek a citrusfélék, a paradicsom, a saláta, a paprika, az őszibarack és a dinnye.

A termelőkörzetek nagymértékben specializálódtak, így pl. Almeria tartományban elsősorban paradicsomot, az északabbra fekvő Murciában salátát, brokkolit és paradicsomot termelnek, Granadában pedig szinte kizárólag paradicsomot (elsősorban koktélparadicsomot) és uborkát (elsősorban holland fajták) állítanak elő. Castilia-La Mancha tartományban főleg hagymát, paradicsomot és salátát termelnek. A zöldségtermeléshez hasonlóan a gyümölcstermelés is erősen specializálódott, így pl. Valenciában elsősorban citrusféléket (elsősorban

[1] A tanulmány a K67739. számú, „A mezőgazdasági kisárutermelők marketingszemléletű alkalmazkodása a kereskedelem koncentrációs folyamatához a zöldség-gyümölcs ágazatban” című OTKA kutatás alapján készült.

narancsot és klementint), Murciában őszibarackot és dinnyét, Huelva tartományban pedig szinte kizárólag epret termelnek.

Katalóniában összesen 920 ezer hektár a mezőgazdasági terület, ebből mintegy 260 ezer hektár öntözött. Zöldséget és gyümölcsöt kb. 300 ezer hektáron termelnek. Katalónia a világ negyedik legnagyobb körte-, barack- és nektarintermelője, a több mint 50 ezer hektár gyümölcsültetvényről évente több mint egymillió tonna gyümölcsöt szüretelnek. A 80 ezer embert foglalkoztató zöldség- és gyümölcsszektor Katalónia legnagyobb árbevételű alágazata, innen származik a spanyol alma- és körteexport 63%-a, illetve a barack-, cseresznye- és szilvaexport 25%-a.

Katalóniában a déli országrészekhez képest enyhébbek a nyarak, továbbá a Pireneusok és az Ebro folyó révén jó a terület vízellátottsága. Az elmúlt 10 évben létesült szivattyútelepek biztosítják a termékeny fennsíkok és völgyek vízellátását. A környezeti adottságok mellett Katalónia a külpiacokhoz való közelsége miatt infrastrukturális szempontból is komparatív előnyökkel rendelkezik a déli tartományokkal szemben. Katalóniában Lleida környékén van a legtöbb gyümölcsültetvény, itt található az alma- és körtetermelés központja.

Spanyolország birtokszerkezetét egészen az 1980-as évekig az apró gazdaságok (*minifundios*) és a nagybirtokok (*latifundios*) jellemezték. Az alig öntözött, ezért alacsony hozamú nagybirtokokat általában tradicionális, extenzíven művelt kultúrákkal (olajbogyó, gabona, szőlő) hasznosították. A kis családi gazdaságok és a nagybirtokok nem biztosítottak megfelelő megélhetést, ezért 1960-tól 1973-ig mintegy 1,8 millió ember telepedett le a városokban a könnyebb megélhetés reményében. Míg 1960-ban a munkavállalók 42%-a a mezőgazdaságban dolgozott, addig 1986-ra ez az arány már csak 15%-volt.

A kormány 1964-ben földkonszolidációs programot indított el, amelynek keretében 1981-ig mintegy 5 millió hektár kisbirtokot sikerült nagyobb gazdaságokba integrálni. Ugyanakkor az elvándorlásból adódóan nagyon kevés, és ezáltal költséges volt a kézimunkaerő. Ennek hatására a gazdálkodók – felismerve kiszolgáltatottságukat – rohamos ütemben gépesítették a termelést, így pl. 1960–1983 között 52 ezerről 590 ezerre nőtt a traktorok száma. Az elmúlt 30 évben csaknem megfeleződött az üzemek száma. Az átlagos üzemméret 21 hektár (EU-átlag 18,5 ha), a zöldségtermelő gazdaságok átlagos mérete 6 hektár. A versenyképes kertészeti termeléshez 20-40 hektár körüli birtokméret szükséges, ebből adódóan a kisebb, régen átlagosnak számító 7-8 hektáros birtokok sorra olvadnak be a nagyobb gazdaságokba, amelyek alkalmazottként foglalkoztatják tovább a korábbi farmtulajdonosokat.

Jellemző továbbá a mezőgazdasági termelésben foglalkoztatottak arányának erős csökkenése is. Míg régebben a lakosság 10-12%-a dolgozott a mezőgazdaságban, addig mára ez az arány kb. 1,5%-ra csökkent.

A birtokösszevonások, összeolvadások (vásárlás és bérlés) következtében az egyre nagyobb területen termelők megerősödtek, és saját kereskedő cégeket hoztak létre, melyek ugyan fejlődtek, de végül is nem váltak be.

A PIACI POZÍCIÓ FENNTARTÁSÁNAK STRATÉGIÁJA

Az ágazat szereplői tisztában voltak azzal, hogy az éles piaci versenyben elsősorban nem egymással, hanem mindenekelőtt a többi tagállammal versenyeznek, és csak úgy őrizhetik meg helyzetüket, ha a nemzetközi kereskedelemben jól megkülönböztethető (pl. márkanév, csomagolás, fajta), kiváló minőségű termékeket állítanak elő hatékony módon, és ezeket kifinomult, költséghatékony logisztikai rendszereken keresztül juttatják el a fogyasztókhoz.

A fogyasztói igények gyors követése és a minőségbiztosítás

A termelők, a kereskedők és a kutatóintézetek folyamatosan figyelemmel kísérik mind Spanyolországban, mind pedig az exportpiacokon a vásárlói szokásokat. Ezek ismeretében folyamatosan az új igényekhez igazítják a fajtaválasztékot, a kiszerelést és a csomagolást. Alapvetően három irány figyelhető meg a fajtaösszetételben:

- A hazai ízlésnek megfelelő, a spanyol vásárlók által kedvelt klasszikus, tradicionális termékek – helyi fajták – fenntartása, mint például a kevésbé lédús, kenyérre kenhető paradicsom.
- A legtöbb exportpiacon kedvelt fajták („globális fajták"), pl. Gala – alma termelése.
- Új fajták (pl. színes paradicsomok, magnélküli dinnye) forgalmazása.

A megbízható, folyamatosan magas minőség elengedhetetlen a piaci pozíció megtartásában, ezért egyre több termelő alkalmaz minőségbiztosítási rendszereket. Az általánosan elfogadott EurepGAP mellett az egyes célországok által igényelt minőségbiztosítási rendszereknek is igyekeznek megfelelni (pl. az Egyesült Királyságban BRC, Németországban IFS és QS rendszerek).

Ezen túl a termelőknek az EurepGAP-nál gyakorta szigorúbb, az egyes tartományok által (pl. az integrált termelésre vonatkozó) kidolgozott rendszerekhez is alkalmazkodniuk kell, amennyiben termékeiken fel szeretnék tüntetni az igazoló matricát. A minőségbiztosítás fejlesztésében, a rendszerek koordinálásában fontos szerepet vállal a FEPEX országos szervezet.

A marketing és az infrastruktúra fejlesztése

A kertészeti termékek marketingjét a legtöbb esetben a termelők és a nagykereskedők által finanszírozott szakmaközi szervezetek végzik, Katalóniában a *Prodeca* és a *Catalonia Qualitat* szervezetek végzik ezt a feladatot.

A *Prodeca* a katalán autonóm kormány intézeteként elsősorban a meglévő és a lehetséges exportpiacokon népszerűsíti a Katalóniában előállított mezőgazdasági termékeket. A honlapon található információs portálon keresztül a bejegyzett tagok az egyéni kéréseknek megfelelően információt kapnak az exportpiacokról, a külkereskedelemről, az üzleti kapcsolatokról és az aktuális fejleményekről (elektronikus hírlevél), továbbá számos hasznos információhoz is hozzájuthatnak a piaci lehetőségeket kereső kereskedők (pl. logisztika, finanszírozás, szerződéskötés, adózással kapcsolatos rendeletek). A szervezet külön tanácsadókat foglalkoztat személyes tanácsadóként, akik személyre szabottan segítik az exporttevékenységbe kezdőket (pl. engedélyek beszerzése, minőségbiztosítási rendszerek üzemeltetése). Ezen túl többek között információs portállal, személyes tanácsadással és továbbképzésekkel segíti a termelők és a nagykereskedők belépését az exportpiacra. A konkrét tanácsadáson túl általános továbbképzéseket (pl. üzleti tevékenység, külkereskedelem) is szerveznek a tagoknak. A szervezet folyamatosan szervez üzleti összejöveteleket, üzemlátogatásokat és reklámkampányokat. Következő célként az USA, Kína és a közel-keleti államok felé történő piacnyitást szervezik.

A *Catalonia Qualitat* feladata egyrészt a zöldség- és gyümölcstermékek népszerűsítése (elsősorban a fiatalok és a gyermekek körében), másrészt a vásárlói szokások formálása, tudatos vásárlási szokások kialakítása. Jelenleg például egy olyan színkódrendszer kidolgozása van folyamatban, amely segítségével a zöldségek és gyümölcsök csomagolására elhelyezett színkódokkal jelölnék például az édes vagy a savanyú ízvilágú termékeket. A szervezet a népszerűsítő és a marketingkampányok mellett az aktuális piaci helyzetet is folya-

matosan figyelemmel kíséri. Például 2009 decemberében a lleidai *Carrefour*-t jelentette fel a fogyasztóvédelmi hivatalnál rothadó almák árusítása miatt.

A kertészeti termelés az elmúlt 10-20 évben látványosan fejlődött, ami részben az *infrastrukturális fejlesztéseknek* (elsősorban úthálózat) köszönhető, amelyek lehetővé tették a tengerparttól távoli területek bevonását, de emellett sor került völgygátak, szivattyútelepek és öntözőrendszerek építésére is. A következetes és összehangolt fejlesztőmunkának köszönhetően egész évben folyamatosan állítanak elő például salátát, paradicsomot és zöldbabot.

A ZÖLDSÉG- ÉS GYÜMÖLCSTERMELÉST KOORDINÁLÓ SZERVEZETEK

Bár Katalóniában is működik néhány, a magyarországi tészekhez hasonló szervezet (*Cooperativa*), ezek a termelői összefogások hosszú távon nem bizonyultak eredményesnek, mert a termelők nem voltak közvetlenül érdekeltek az értékesítésben (a szervezetek a magyarországi gyakorlathoz hasonlóan mindent átvettek tőlük), ezért nem voltak eléggé motiváltak, nem terméltek elég hatékonyan és nem állítottak elő megfelelő mennyiségű és minőségű árut. A termelői szervezetek többnyire drágán és nem elég hatékonyan működtek, az előállított/forgalmazott mennyiségekhez képest nagyon magas volt a fenntartási költségük (épületek, munkabérek stb.). Katalóniában így nem a termelőszervezetek hálózata, hanem a nagykereskedő cégek koordinálják (lásd 1. táblázat). Ezek a legtöbb esetben önálló exportcégként is működnek, és a legnagyobb földbirtokosok is. Az EU-tagállamok közül Spanyolországban található a legtöbb zöldség- és gyümölcs-nagykereskedő, 2005-ben 9956 nagykereskedelmi vállalat működött.

1. táblázat

Zöldség- és gyümölcs-nagykereskedelmi vállalatok jellemzői néhány EU-tagországban (2005)

Ország	Nagykereskedő vállalatok száma	Alkalmazottak száma	Forgalom értéke (milliárd EUR)
Spanyolország	9 956	1 402 000	22,8
Olaszország	9 227	409 000	12,4
Franciaország	3 904	383 000	16,4
Németország	1 818	301 000	17,8
Hollandia	1 100	131 000	10,6
Lengyelország	2 989	125 000	2,1
Magyarország	1 092	48 000	0,7
EU-27	42 507	3 748 000	113,0

Forrás: Eurostat, 2008

A kereskedők közvetlenül érdekeltek az értékesítésben, ebből adódóan üzleti megfontolások mentén, hatékonyan és eredményesen koordinálják a termelést is, a termelői érdekeknek megfelelően. A termelők és kereskedők bizalmi alapon – szerződések nélkül – működnek együtt, egyeztetve határozzák meg a fajtaválasztékot és az

egyéb terveket. A termelők csak a nagykereskedőknek értékesítenek. Közös érdekük, hogy minél többet adjanak el minél magasabb áron, ezért megbeszélik, hogy mikor mit lenne jó termelni, hogyan kellene továbblépni. A termelők, a kereskedők érdeke a bizalmon alapuló hosszú távú kapcsolatok fenntartása.

A nagykereskedők csak úgy képesek megtartani a versenypozíciójukat, hogy a frissáru nemzetközi piaci árból kiindulva határozzák meg a maximális eladási árat, amelyhez igazítani kell a termelési, tárolási és a logisztikai költségeket. A nagykereskedők egyénileg tárgyalnak az élelmiszerláncokkal és az exportpartnerekkel. Ennek egyik oka, hogy áruvolumenük egyénileg is elegendő a kedvező alkupozícióhoz, másrészt mind az *Asofruit*, mind pedig a *Catalonia Qualitat* és a FEPEX is folyamatosan figyelik az élelmiszerláncok magatartását, és bármilyen káros gyakorlat megjelenése esetén (pl. beszerzési ár alatti értékesítés, rossz minőségű áru kihelyezése) azonnal reagálnak.

Az Asofruit Katalóniában

Az Asofruit szövetséget nagykereskedők alapították 1978-ban. A szervezet mára 65 nagykereskedőt tömörít, melyek 15 ezer hektáron termelnek/termeltetnek. Évente mintegy 1 millió tonna friss árut forgalmaznak, ebből kb. 120 ezer tonnát a nagybani piacon keresztül értékesítenek. A fő termékeket (alma, körte, barack, nektarin) exportálják. A tagok összesen 200 ezer m^2 hűtőtárolóval rendelkeznek és összesen 1500 embert foglalkoztatnak (a nyári szezonban kb. 3 ezer embert). Az Asofruit tagja a FEPEX országos ernyőszervezetnek. Az Asofruit munkája négy szakbizottságba (alma, körte, csonthéjas, nagybani kereskedők) szerveződik. A nagykereskedők alapvető érdeke a piaci információk továbbítása a termelők felé, ezért minden tartományban működnek az Asofruithoz hasonló érdekképviseleti szervezetek, amelyeket a tagdíjakból működtetnek.

A szervezet fő feladatai:

- A tagok érdekképviselete a termelés, a tárolás, a logisztika és az értékesítés minden lépésére kiterjedően (termelés és értékesítés, tárolás, logisztika, csomagolás, osztályozás).
- Az előállított termékek népszerűsítése (reklámanyagok, vásárok), új piacok keresése.
- A szervezet által kialakított saját üzleti stratégia követése, amely elsősorban a tagok továbbképzésére, a kutatásra, illetve e termékek promóciójára irányul.
- Az Asofruit különösen a piacszabályozásban vállal feladatot, megvédi a tagokat a rossz üzleti gyakorlattól, illetve az egyenlőtlen versenyhelyzetektől (figyeli a piacot, ha kell jogilag vagy egyéb módon lép fel).
- Képviseli a tagokat a szektoron belüli ügyekben, de pl. a munkás szakszervezetekkel való tárgyalások során is védi a kereskedők/termelők érdekeit (munkabérek, munkafeltételek).

Az *Asofruit* 3%-ban részesedik a lleidai *Mercolleida* nagybani piacból, ily módon közvetlenül befolyásolhatja a kereskedői tevékenységet (az épület állaga, logisztika).

A szervezet elnöke, Mireia Gonzales-Antó asszony tagja a Nagykereskedők Intézete Községi Tanácsának (*Council of the Municipal Institute of Wholesale Markets*), amely ellenőrzi a lleidai nagybani piacot, illetve a tagok kereskedői engedélyét Lleida községben.

Az Asofruit-hoz kapcsolódik a „Gyümölcsszolgálat" (SEF – *Servicio Especial de Frutas*) megalakulása, amely egy olyan társadalombiztosítási rendszer, amelyben rugalmasan, a ledolgozott napok után fizetik meg a járulékokat. A szervezet figyeli továbbá az ültetvények állapotát, továbbá a lleidai Agrárkutatási Intézeten (IRTA – *Institut de Recerca i Technológia Agroalmienátries*) keresztül az agrár-

kutatásban is részt vállal. További szolgáltatásként a szervezet negyedéves bulletint jelentet meg, minőségi standardokat határoz meg az egyes fajokra, árinformációs rendszert működtet, népszerűsítő kampányokat, kiállításokat és vásárokat szervez. Így például jelenleg – a *Catalonia Qualitat*-tal és a *Prodeca*-val együttműködésben – számos népszerűsítő kampányt indított, például a skandináv országokban, illetve Marokkóban népszerűsítik a spanyol gyümölcsöket.

FEPEX – Spanyol Kertészeti Termékek Kereskedőinek és Exportőreinek Szövetsége

A FEPEX Spanyolország legnagyobb és legfontosabb országos szervezete, egyben a nagykereskedői érdekképviseletek ernyőszervezete is. A szervezet 1987-ben alakult nonprofit privát szervezetként. Jelenleg 26 önálló szervezetből áll, összesen 1500 termelő és kereskedő céget foglal magában. A FEPEX-en keresztül zajlik az export 70%-a (nem számítva ide a citrusfélék és a banán exportját).

A FEPEX tehát a tartományi szervezetek ernyőintézménye, azaz olyan másodlagos társulás, amely a legmagasabb szinten képviseli a termelők és a kereskedők érdekeit, tanulmányokat publikál és minőségi irányelveket dolgoz ki. Állandó képviselettel rendelkezik Brüsszelben. A szervezeten belül három szektornak (zöldségek és gyümölcsök, konyhakész zöldségek és gyümölcsök, dísznövények) külön szakbizottsága van. A zöldség- és gyümölcs-szakbizottságon belül külön barack, alma és csonthéjas gyümölcs ágazati bizottságok működnek. A szervezet legfőbb szolgáltatásai közé tartozik az adatgyűjtés (termőterületek, betakarított és értékesített mennyiség), a piaci információ (napi, heti és havi árak, értékesített mennyiség, piaci helyzet elemzése), illetve az agrárbiztosítási rendszer működtetése.

1. kép

Jéghálóval védett almaültetvény Lleidában (2009. július)



2. kép

Szállításra kész alma a manipulációs csarnokban (Lleida, 2009. július)



3. kép

Különböző méretű, logóval ellátott göngyöleg a Molnar Fruits cégnél (Lleida, 2009. július)



TARTALOM

Solymos Rezső: Az erdők éve 2011! – Nemzetközi összefogás az erdőkért.....130

TANULMÁNY

Kasza Gyula – Fehér Orsolya – Kispál Judit – Ózsvári László:
Magyarországi eredetű élelmiszerek részesedése a hazai kiskereskedelemben.....143

Magda Róbert: A megújuló és a fosszilis energiahordozók
szerepe Magyarországon 153

Buzás Gyula – Szabó Ferenc: Szarvasmarhafajták tejtermelésének
gazdasági értékelése 166

Ábel Ildikó – Pupos Tibor: Ikertermékek kalkulációja a tehenészetben 174

Bakosné Böröcz Mária – Fogarassy Csaba: A hazai húsmarhatartás
környezeti értékelése és externáliáinak vizsgálata benchmarking módszerrel..... 181

Villányi Réka: Beszerzés az észak-alföldi zöldség-gyümölcs feldolgozó
vállalkozásokban 186

VITA

Pályi Zoltán: A bioüzemanyagok adózása Magyarországon 194

SZEMLE

Nagy Frigyes: Egy jeles könyv margójára: A történelem a mához szól! 199

Kozak Anita: A zöldség- és gyümölcstermelés, valamint -kereskedelem
Katalóniában..... 207

Vér András – Tenk Antal – Cser János: Tízéves az óvári mintagazdasági hálózat 214

KRÓNIKA

Várallyay György – Láng István: Stefanovits Pál, a talajtan és a
társtudományok tudósa.....219

Felhívás angol nyelvű különkiadásra!.....193

Summary 224

Contents..... 229