

Halászati Lapok

A Magyar
Mezőgazdaság
melléklete

X. évfolyam

2009/
július

A Haltermelők Országos Szövetsége és TermékTanácsa
információs és marketing hírlevele

SZERKESZTI: Szerkesztő Bizottság • FELELŐS SZERKESZTŐ: Hajtun György

Konferencia a halfogyasztás növelése érdekében

Bár a magyar halászok is kaptak meghívást a „Magyarok Nagy Asztala” rendezvényre, mégis úgy tűnik, hogy csak az előadók vették komolyan a meghívást. Történt ugyanis, hogy az „Egyen halat – finom falat” halászati konferenciára, amelyet a „Magyarok Nagy Asztala” fesztivál keretében, június 6-án tartottak, sem a meghívó házigazdák, így hallgatóság sem jelent meg Vajdahunyadvár patinás előadótermében. Az előadók azonban megtartották érdekes előadásait, de csak a lelkes, és a hal iránt valóban elkötelezett kis létszámú hallgatóság díjazta tapsal a hallottakat.

Sebestyén Attila, a Hortobágyi Halgazdaság Zrt. kereskedelmi vezérigazgató-helyettese tartotta az első előadást „A halfeldolgozás szerepe a halfogyasztás növelésében” címmel.

A halfeldolgozás helyzete

Ha Magyarországon halról beszélünk, akkor megkülönböztetünk élő és feldolgozott halat, kezdte mondandóját Sebestyén Attila. Ez azért furcsa, mert Európában ilyen megkülönböztetéssel nem találkozhatunk, mivel ha ott a halról, mint élelmiszerről esik szó, akkor egyértelműen a feldolgozott halra gondol mindenki. Magyar

FOTÓK: HAJTUN GYÖRGY



Sebestyén Attila növelné a feldolgozók szerepét



Megterítették...

Tartalom:

8. Tisza-tavi hal- és pusztai ételek

fesztiválja _____ 3

Itt minden halból készül _____ 6

A kormoránról tárgyaltak _____ 7

sajátosság, hogy élelmiszercélra élő halat is forgalmazunk, ami bizonyos tekintetben a feldolgozott halpiacra is (negatív) hatással van.

Sokszor, sok helyen elmondtuk, hogy a halhús miért egészséges élelmiszer, ugyanakkor azt is látni kell, hogy az EU-27 tagállamai között az utolsó helyen állunk az évi egy főre jutó 4 kilogrammos halfogyasztásunkkal. Érdeemes megnézni, hogy más húsfélések fogyasztása hogyan alakul idehaza: a KSH 2006-os adatai szerint halból 3,7 kilogrammot, egyéb húsfélésekből 66 kilogrammot fogyaszt az átlagos magyar ember: az első helyen a baromfi, a második helyen a sertés áll, majd a hal következik, megelőzve a marhát és a borjút. A mai modern táplálkozásban a szakemberek napi rendszerességgel ajánlják fogyasztani a halat, miközben a vörös húsek esetében a heti rendszeresség a ma elfogadott álláspont. Egyértelmű, hogy a zöldség, a gyümölcs, a teljes kiőrlésű gabonafélék képezik a modern, egészséges táplálkozás alapját. S még egy érdekes adat: a magyar emberek 7-8 évvel korábban halnak meg, mint európai társaik. A korai elhalálozás legfőbb okai a daganatos betegségek, korai szív- és érrendszeri megbetegedések, amelyek azért alakultak ki, túl a genetikai adottságainkon, mert helytelenül táplálkozunk, sokat dohányozunk, jelentős a túlsúlyunk.

Nos, a halhús rendszeres fogyasztása segít a betegségek megelőzésében. Ezt lát-szik alátámasztani az a GfK kutatás is, amely szerint a magyar ember kedveli a halat, ám ez nem tükröződik a halfogyasztás mértékében, gyakoriságában. Hosszú távon éppen ezt a kedveltséget kellene a marketing tevékenység középpontjába emelni. A hazai halfogyasztási szokásokat

(Folytatás a 2. oldalon)



Konferencia a halfogyasztás növelése érdekében

(Folytatás az 1. oldalról)

elemezve megállapítható, hogy a hazai halfajokat nem igazán ismerik, félnek a szálkától. A tradíciók és a fogyasztói árak miatt is a kereskedelmi forgalom nagyobb részét az élőhal adja. A kiskereskedők többsége élve veszi meg a termelőtől a halat, ugyanakkor feldolgozottan adja tovább (lásd a kereskedelmi láncokat, amelyek engedélyt kaptak élőhal-feldolgozásra). Ez pedig negatív hatással van a halfeldolgozót fenntartó cégek forgalmára. Az intenzíven termelt halfajok – afrikai harcsa – fogyasztása nő, természetesen itt is a feldolgozott termékek népszerűsége növekszik. Tiszta-ban kell lenni azzal is, hogy az import termékek széles választéka, dinamikus térnyerése a hazai piacon szintén érzékelhető.

Egy 2005-ös felmérés szerint a regisztrált halfeldolgozó üzemek száma néhány országban igen érdekesen alakult. Magyarországon 11, Szlovákiában 8, Ausztriában 5 üzem volt elsődleges vágóhidként nyilvántartva az EU-n belül, a munkavállalók megoszlása 75, 917, 267 fő. Magyarországon átlagosan 7–8 ember dolgozik a feldolgozóknál, Szlovákiában 100–110 fő, míg Ausztriában 50–60 fő. A kibocsátott értékek szerint a magyar vágóhidak 1,5 millió euró, Szlovákiában 33 millió euró, Ausztriában pedig 43,9 millió euró értékben termeltek. Mi a helyzet napjainkban? Magyarországon jelenleg 25 olyan halfeldolgozó üzemel, amelyik rendelkezik EU-regisztrációs számmal. Az üzemek 75 százaléka elsődleges feldolgozást végez. A legnagyobb mennyiség, ami kikerül a feldolgozókból, a haltörzs, ami további feldolgozásra kerül. Idehaza éves szinten 3500 tonna halat dolgoznak fel, ami 20 százaléka az összes megtermelt halmennyiségnek (az uniós átlag 45 százalék). Speciális magyar

tulajdonság, hogy a termelők végzik a feldolgozást, szemben a nyugat-európai gyakorlattal, ahol csak feldolgozással és kereskedelemmel foglalkoznak.

A hazai halfeldolgozó szektorra kihatással van a hipermarket láncok halfeldolgozása: a termelői feldolgozók termék-kibocsátása 2008 óta csökken. Ugyancsak gondot okoz a multinacionális cégek üzletpolitikája, az akciókkal nem lehet lépést tartani. A fejlesztéseknek és a beruházásoknak nincs most meg a táptalaja, a jelenlegi gazdasági környezetben, s a piaci viszonyok miatt a fejlesztések elmaradnak. A feldolgozott haltermékek exportja sem nő, elsősorban az élőhal iránt van érdeklődés és kereslet. A fogyasztóknak történő közvetlen értékesítés nem jelentős, a kiskereskedelem elvégzi ezt a munkát, s 90–95 százalékban a hipermarketekben valósul meg az értékesítés. További problémát jelent, hogy a vendéglátóipari egységek nem igazán partnerek az édesvízi halételek megkedveltetésében.

A lehetőségek tára azonban gazdag: a halhús potenciálisan jól eladható termék az elfogadottság és a kedveltség okán. Ha csak kis mértékben nőne a hazai fogyasztás, az az ágazat termelését drasztikusan növelné. Szabad feldolgozó-kapacitás jócskán áll rendelkezésre, ezért érdemes volna egyre nagyobb hangsúlyt helyezni a halfeldolgozásra. Bár ma nincs itt a fejlesztések ideje, mégsem volna szabad erről lemondani. S a marketing tevékenységet is folytatni kell, a 21. században csak reklámmal és marketinggel lehet a terméket eladni. A társaságoknak önálló marketing végzésére is szükségük van a közösségi marketing mellett, ami saját márkanévek bevezetését is jelenti a piacon. Az innovációra, új termékfejlesztésre továbbra is szükség van. A biohal termékek is jelent-



Novics György a halléfőzés titkáról

hetnek kitörési pontot. Az előadó szerint a csomagolás-technológia fejlesztése is elengedhetetlen, ahogy egy országos terítésű láncolat kiépítését is szorgalmazni kell.

Mi a jó halászléfőzés titka?

A szabadtűzi halfőzés fortélyairól dr. Novics György sokszoros halfőző bajnok szólt. Az előadó a halfőzés történetével indította mondandóját. Igazi lendületet a török bors, azaz a paprika megjelenése adott a ma ismert és főzött halászlék készítésének. Az idők folyamán tájegységek szerint 3 féle halászlé-típus alakult ki: a dunai típusú, a tiszai-kőrösi típusú és a balatoni típusú. A lényeges különbség abban mutatkozik, hogy a dunai típusút nem passzírozzuk. A dunai kategórián belül is ismertek az eltérések. Érdekes módon Bajától délre, a szerbek lakta területeken sokkal több paradicsommal és rövidebb lével főzik a halászlét. Ismert még a bátai módszer, ahol borsot és a kész halászlére friss zöldhagymát szórnak. A tiszai-kőrösi és a balatoni típusú halászlé kiváló ízanyagát a sokféle halból passzírozott lé adja.

Magam mindhárom típusú halászlét szívesen megfőzöm és fogyasztom is, mondta a bajnok, de természetesen a nagy kedvenc a dunai típusú, bajai halászlé. Kialakulása és főzési módja talán a legkorábbi módszerekhez hasonlít, lényege az intenzív forralás, a vegyes hal, a jófajta paprika, a hagyma és a só. Honfitársaink gyakran megfellekeznek arról, hogy a jó halászléhez alapvetően csak 5 dolog kell, és mindenféle csodaszerrerrel próbálják a jó halászlét megfőzni. Tévednek. Lássuk a hozzávalókat: alapvetően a pontynak kell dominálnia, ehhez jön egy kis csuka, compó, harcsa, angolna, s ez így egy igen jó összetétel. Ebben valamennyi halászlé hasonlít egymáshoz. A vegyes halból főzött halászlének nincs párja.

De a jó léhez további hozzávalók is kellenek, amelyek egy páratlan ízharmoniót te-



A szegedi óriásbográcsban 1000 adag hallé főtt

(Folytatás a 4. oldalon)

8. Tisza-tavi hal- és pusztai ételek fesztiválja

Egy évben egyszer biztosan találkozunk Pintér Erikával, Tiszafüred polgármesterével: június második hétvégéjén – az idén június 13-án – immár hagyományosan megrendezik a Tisza-tavi hal- és pusztai ételek fesztiválját (a fesztiválok sorában ez volt a 8.). Dr. Orosz Sándor, a Haltermelők Országos Szövetsége és Terméktanácsa ügyvezető elnöke a rendezvény védnökeként nyitotta meg az eseményt, amely egyben a nyugdíjasokból álló kórusok találkozója is, s amelyen 24 féle hal- és pusztai ételt kóstolt a zsűri.

Orosz Sándor megnyitóbeszédében azon résztvevők számára is kellemes napot kívánt, akik a halételeket nem igazán kedvelik. Mind a nyugdíjasok, mind a pusztai ételek iránt érdeklődők figyelmét arra hívta fel, hogy a halételek is méltó vetélytársai a többi ételnek. Ez azért hangsúlyozandó, mert a hal, a haltermelés több pusztai gazdasági tevékenységénél. A magyar tógazdaságok a környezet szeretetére is ösztönzik a halszerető és -fogyasztó nagyközönséget, mivel a hal természet teremténye. A haltermelők olyan extenzív halastavi program részeként nevelik a halakat, aminek csak az egyik lényege, hogy nőjön meg a hal, míg a másik, hogy a biológiai diverzitás, az állat- és növényvilág sokszínűsége is érvényesüljön. Egy karban tartott halastó gyönyörű látvány, így a természetet kedvelőknek is kedvelt látogatóhellyé válik és válhat a jövőben is.

A halászok régóta tudják, hogy a hal egészséges étel, de azt is látják, hogy a halételek főzése a gasztronómiai hagyományok ápolását is szolgálja. Egy közösség számára az egyik legemberibb, legkellemesebb időtöltés a közös főzés, a bográcsételek készítése, legyen az pusztai vagy halétel. Persze a halászok a halfogyasztást szeretnék növelni idehaza, mert tíz év alatt ugyan 2,7 kilogrammról 4 kilogrammra nőtt az egy főre jutó éves halfogyasztás idehaza, de a nemzetközi összehasonlításban ez még mindig nagyon kevés. S azért elszomorító ez az alacsony fogyasztási szint, mert a hal egészséges étel, ráadásul igen finoman, sokszínűen elkészíthető. Kevés ételről mondható el, hogy nyugodtan élvezze a fogyasztója, mert az vagy hizlal, vagy egészségtelen. Tudományos kutatások mutatták ki, hogy azokban az országokban, ahol több halat esznek, az emberek hosszabb ideig, egészségesebben élnek.

Tiszafüred sokkal több lehetőséget és alkalmat kínál a vendégeknek annál, mintsem hogy évente egyszer találkozzunk, fejezte ki rosszállását a beszélgetés elején Tiszafüred

első embere. Ha valaki akár családotól, akár baráti körben érkezik a Tisza-tó fővárosába, az minden bizonnyal visszavágyik ide. Ami a fesztivált illeti, a polgármestert jó érzéssel töltötte el, hogy új csapatok is megjelentek, s a barátság jegyében főzi mindenki a maga ételét. Egyébként Tiszafüreden él az ország jelenleg legidősebb állampolgára, aki 104 éves, jó egészségre örvend, és sok halat fogyasztott már életében.

A hivatal sokat tesz azért, hogy a mikroklíma előnyeit megőrizze a város és környéke környezete ne sérüljön, ne károsodjon.

A fejlesztések, a városépítés és -szépítés, az infrastruktúra fejlesztése olyan összhangban folyik, amely az öko- és környezetgazdálkodás szempontjait is figyelembe veszi. A városnak abban is élni kell járnia, hogy a szép természeti környezetet megőrizze olyan fejlesztéseket hajtsanak végre, amelyek a leghátrányosabb helyzetű kistérségek közül a felzárkóztatás útjára vezetnek. Ezzel azt is elárulta *Pintér Erika*, hogy a tiszafüredi kistérség – amely 13 települést ölel fel – gazdasági szempontok alapján kerülhetett abba a sorba, ahová országosan 33 kistérséget helyeztek. Így most olyan fejlesztésekre nyílt lehetőség, amelyekkel elérhetik, hogy a lakosság életminősége is javuljon. A „Nem monddunk le senkiről” program keretében a kistérség csaknem 3 milliárd forintot nyert el gazdaságfejlesztési projektek megvalósításához.

Visszatérve az ökogazdálkodáshoz: nehéz és összetett kérdés, mert gyakran tapasztalni, hogy mindenki mást ért e fogalom alatt. Az sem tisztázott, hogy mit takar az ökoturizmus kifejezés. A polgármester azt gondolja, hogy minden, ami nem rombol, az valamilyen formában öko. Minden, ami számunkra fontos



Pintér Erika polgármester

volt a múltban és jó, azt mindenképpen meg is kell őrizni, ezért az önkormányzat arra törekszik, hogy a természet-közelség a rendezvényeknél is érvényesüljön. Persze nem térhetnek ki olyan kihívások elől sem, mint a hulladékgazdálkodás, ahol sok minden nem természetes, így másképpen kell bánni vele. Tiszafüreden működik egy regionális hulladék-lerakó üzem. Jó hír, hogy ezt az egységet tovább fejleszthetik, bővíthetik. Lesz egy műanyag-feldolgozó, adalékanyag-gyártó részleg, és gondolkodnak egy biogáz-fejlesztő üzem létesítésében. Nem egyszerű a probléma, s nem csupán azért, mert sok pénz kell hozzá, hanem azért sem, mert a környezetet károsító hatást is el kell kerülni a fejlesztéseknél.

Ami a Tisza tavat illeti: több, mint 31 éve azért hozták létre, hogy a mezőgazdasági vízgazdálkodás problémáin enyhítsen, ám ez a cél mára sokadrangú cél megvalósításaként van jelen. Az elsődleges ágazattá az idegenforgalom lépett, ami a jelen és a jövő lépéseit is befolyásolja. Az adottságok jók, már csak a tó halászati-horgászati jogának kérdését kell végérvényesen lerendezni, amelyben az érintett önkormányzatok is egyetértésben összefogtak. Ragaszkodnak a halászati-horgászati jog saját kézbe vételéhez, már csak azért is, mert éves szinten 100–150 millió forint bevételt hoz a tó idegenforgalma. Ezt a pénzt ma nem forgatják vissza a tó fejlesztésére, az önkormányzatok viszont csak a tó fejlesztésére használnák fel ezt a bevételi forrást.

H. Gy.

A halászok régóta tudják, hogy a hal egészséges étel, de azt is látják, hogy a halételek főzése a gasztronómiai hagyományok ápolását is szolgálja.

Ami a Tisza tavat illeti: több, mint 31 éve azért hozták létre, hogy a mezőgazdasági vízgazdálkodás problémáin enyhítsen, ám ez a cél mára sokadrangú cél megvalósításaként van jelen.



Konferencia a halfogyasztás növelése érdekében

(Folytatás a 2. oldalról)

remtenek. Fontos a jó törött paprika. A legjobb magyar termőhelyek Kalocsa, Bogyszló, Cece, Szeged térsége. A legjobb alapanyagot a felálló és a lecsüngő paprikák megfelelő aránya adja. Ez azért van, mert a felálló típusban van a több színanyag, míg a lecsüngőben az olaj. A szép szín eléréséhez – alapvetően a pontyból kifőtt zsíradékban – fel kell oldódnia a paprikának. A legszebb paprikákat leszedjük és a szedés után a kézzel történő felfűzés közben tovább válogatjuk. Csak a legszebbek kerülhetnek a fűzérbe. Ezután száraz, szellős, de napos helyen szárítjuk, majd újabb válogatás előzi meg a szárítást és az őrlést. A jó paprikát száraz, hűvös helyen, fénytől megóva kell tárolni, hogy hosszú ideig a jó halászlé alapanyaga lehessen.

Mi a titka a jó halászlé főzésének? Az előadó szerint nincs titok. Kezdjük az elejéről, a halak előkészítésétől. A pontyot, a friss magyar halat a főzés előtt legalább 3–4 órával korábban megtisztítjuk. A megtisztított és jól kimosott halat a hasaaljától megszabadítjuk, és ezt félre tesszük. Ezután a halat kb. 3–4 centiméter vastag darabokra vágjuk. A hal fejéből az úgynevezett keserűfogat minden esetben eltávolítjuk, ezt a kés hegyével egy pattintással elvégezzük. A hal fejét kettévágjuk, a szilványát eltávolítjuk, a hasaalját, a fejet, a farkat külön tesszük. A halszeleteket éles késsel, sűrűn beirdaljuk, majd ezután a szeleteket egyenként minden oldalról besózzuk. Annyi sót használunk, hogy a végén be tudjuk állítani a halászlé sósságát. Nagyon fontos, hogy lehetőség szerint friss halat használjunk. A leszózott halunkat ezután pár óráig állni hagyjuk.

Amíg az előkészített halszeleteket átjárja a só, megtisztítjuk a jófajta makói bronzhagymát. „En a közepes méretű, keményállagú hagymákat szeretem” – árulta el a bajnok. A hagymát apróra vágjuk. Hozzáteszünk egy apróra vágott csöves paprikát, három gerezd fokhagymát és egy közepes paradicsomot feldarabolva. Ezután a bográcsba kimérjük a halászlé főzéséhez szükséges vízmennyiséget. A vizet felforraljuk, és a forró vízbe tesszük az apróra vágott hagymát, fokhagymát, csöves paprikát, és a paradicsomszeleteket. Ezután hozzáadjuk az őrölt piros paprikát, majd a halfejet, farkat és az egyéb apróhalat (kárász, keszeg) helyezük a bográcsba. Ezt követően felforraljuk az alapanyagot, és a forrás kezdetétől számított 25 percen át intenzíven forraljuk. Vigyázni kell arra, hogy a paprika ne tapadjon a bogrács szélére, mert könnyen megég, és a halászlé keserű lesz. Annyira kell forralni, hogy folyamatosan hab alatt forrjon a lé. A főzés során az intenzív forralás az egyik legfontosabb szempont.



Gábor János a támogatási lehetőséget ismertette

Az időt folyamatosan figyelni kell: ha lejárt a 25 perc, a halszeleteket a bográcsba helyezzük, és ismét forralni kezdjük. Az ismételt felforrást követően további 18 percen át forraljuk a halászlét intenzíven és ennek lejárta után kész a finom étel. Fontos, hogy a halászlét sohasem szabad kevergetni, mert a halat összetörjük: csak a bogrács mozgatásával kerüljük el, hogy odaégen a halászlé. Amikor készen vagyunk, a halszeleteket kiszedjük, és a halászlét leszűrjük. A kifőtt tészta mellé tálaljuk. A tészta halászlé alapvetően a Közép-Duna vidékén alakult ki. A Dunán igen sok hajómalom volt, és a céh szabályzat szerint a molnárlegényeknek naponta egyszer tartalmas meleg ételt kellett biztosítani. Mivel a hajómalom a folyón üzemelt, ezért – különösen az akkori időben – halfogas nem jelentett problémát, a liszt adott volt, és így a halászlét tartalmassá tették a tésztaival.

Ami a konkrét mennyiségeket illeti: induljunk ki 4 kg élő halból, ehhez az én receptem szerint 8 liter víz és 24 dkg őrölt paprika kell. Fontos szabály: a halhoz mérjük a vizet és vízhez a paprikát. Szükséges továbbá 32 dkg hagyma, 4 gerezd fokhagyma, egy közepes paradicsom és egy csöves paprika. Fontos a szép tálalás, a jófajta házi pálinka és a kiváló magyar bor, persze valamennyit csak mértékkel fogyasszuk.

Érdeemes néhány halfogyasztással kapcsolatos adatot is megemlíteni. Becslésem szerint Baja város és térsége évente 1000 tonna halat fogyaszt el, ami több mint 20 kg/fő/év átlagfogyasztást jelent. Ehhez jön 100 tonna hagyma és 24 tonna őrölt paprika. A bajai népnepélyen több mint 2000 bográcsban fő a hal egyszerre és a városba látogató vendégek száma 30 000–40 000 emberre tehető ebben az időszakban. Valamennyi halszerető embernek fontos küldetése, hogy népszerűsítse a halfőzést, a halételek fogyasztását. Számomra külön öröm, hogy egyre többen főznek jó halászlét, örömet szerezve ezzel barátoknak, ismerősöknek, és nem utolsósorban az egészséges táplálkozáshoz is jelentősen hozzájárulnak.

A halászlé főzése együtt jár a barátsággal, a társasággal, a vidámsággal, jelentősen levezetve a dolgozók hétköznapi stresszét. Ilyen alkalmakkor a tréfa sem hiányozhat. A gyanútlan vendég a kóstolásnál igen hamar megismerkedik a sós kanál próbával. Ez nem más, mint hogy a kóstoló kanalat megszórnak 1/3-ad részben sóval és megmerítjük a bográcsban úgy, hogy a só benne maradjon. A gyanútlan vendéget derült égből villámcsapásként éri a felismerés, hogy ezt a halászlét igen elsózták. Ekkor jön a rafinált főző, aki felajánlja a vendégnek, hogy a bogrács másik oldaláról merjen, mert az meg sóltan. E kóstolás után a vendég teljesen elcsodálkozik az eredményen. Volt rá példa, hogy az egyik versenyen eljártunk ezt egy erőszakosan kóstolni akaró érdeklődővel, és az eredményhirdetés után ő volt a lehangosabb, hogy hogy nyerhettem meg a versenyt ezzel a sós lével. Gondolom, azóta már rájött a turpisságra.

A tréfákon kívül nagy öröm számomra, hogy nyilvános halfőzéseink alkalmával egyre többen ismerik meg a jó halászlé főzésének titkát. Jó példa erre, hogy szlovéniai ismerőseim – akik alapvetően a tengeri halakat ismerik – egyre többen szeretik meg a magyar halászlét és maguk is már szinte heti rendszerességgel főzik azt. Am még valamennyiünknek sokat kell tennie ahhoz, hogy még többen legyünk a halászléfőzők és halszeretők táborában. Ez a mai rendezvény is ezt szolgálja. Köszönet érte a szervezőknek, a rendezőknek és a hallgatóságoknak. Végezetül bízom benne, hogy Önök közül is sokan ellátogatnak Bajára, a halászlé fővárosába.

Támogatási lehetőségek

Gábor János, az FVM HOP Irányító Hatóság osztályvezetője „A Halászati Operatív Program szerepe a magyarországi halfogyasztás célul tűzött növelésében” címmel tartott előadást. Amint azt a Halászati Operatív Program is tartalmazza, a szaktárcának is az a célkitűzése, hogy a 2007–2013-as időszak végére Magyarországon az egy főre jutó éves halfogyasztás elérje a 6 kilogrammot. A HOP nem más, mint a 2007–2013 közötti időszakra vonatkozó magyar halászatfejlesztési terv. Az Európai Unió Közös Halászati Politikája arra irányul, hogy a közös erőforrást a tengereket hasznosítsa, s jellemzően a tengeri halászatot, gazdálkodást szabályozza. A belvízi halászat szabályozását a tagállamokra bízta, és irányelvekkel megszabja a mozgásteret. Az azonban mindkét területre igaz, hogy diszkriminációmentesen kell az erőforráshoz jutást biztosítani minden tagállamban. S az is alapvető, hogy a halászzal foglalkozóknak tisztességes megélhetést, valamint stabil, megfizethető árat kell biztosítani a fogyasztónak.



A HOP tartalmazza a halászati ágazat Európai Halászati Alapból támogatható céljait, és az országnak az uniós, valamint a magyar költségvetés által biztosított nemzeti támogatási források vonatkozó rendelkezések szerinti felhasználását célozza meg. A HOP prioritási tengelyei közül a 2. tengely az akvakultúra, a belvízi halászat, a halfeldolgozás és -forgalmazás fejlesztését segíti, s ez a tengely viszi el a támogatási összegek 70 százalékát. A 3. tengely a közös érdekeket célzó intézkedéseket tartalmazza. A közös szó ebben az esetben a magyar halászati politika egészét jelenti. Ez a tengely 25 százalékot kapott a magyar EHA-forrásból. A 6. tengely a technikai segítségnyújtásra vonatkozik, ilyen célok megvalósítására 5 százalékot fordíthatunk. Az EHA-keret 2007–2013 között 34,85 millió euró, ami a nemzeti kiegészítéssel 47 millió euróra nő, s 2015-ig évente 1,9 milliárd forint igényelhető támogatást jelent.

Mi a jövő útja? A kereslet növelése, az árualap biztosítása, a választék bővítése, s nem utolsósorban az innováció és a fenntartható gazdálkodás. A feltételek és a lehetőségek adottak, a magyar halászságon múlik, mi valósul meg az operatív programból.

Közösségi marketing

Dr. Orosz Sándor, Haltermoszló ügyvezető elnöke a „Közösségi marketing a halászati termékek fogyasztásának növeléséért” című előadásában a marketingről úgy beszélt, hogy a reklámon túl, de az innováción innen szabta meg a kereteket, a gondolatmenetet. Tette ezt azért, mert nem kívánt a marketing fogalomkörrel vitát nyitni.

Az elnök utalt Sebestyén Attila előadására, amelyben elhangzott, hogy a közösségi marketing tevékenységre szükség van, de emellett az egyéni marketing tevékenység is fontos. Miért van szükség a közösségi marketingre? Egy ide illő tréfa talán segít a válaszadásban. A tréfa így hangzik: „A Coca-Cola cégnek – amelynek vörös szín a jelképe – semmiképpen sem jött jól a Szovjetunió szentesése, ezért megkeresték Medvegyev elnököt. Azt kérdezték tőle, hogy nem lehetne-e visszaállítani a vörös lobogót, mint nemzeti jelképet? Medvegyev gondolkodott egy keveset, majd kiszólt Putyin miniszterelnöknek: Meddig is tart a szerződésünk a Pepsi-Colával?” Hogyan is értelmezzük ezt a tréfát? Egy kis ágazatnak, mint a magyar halászat, azért van szüksége közösségi marketingre, mert azon a piacon, ahol meg akar jelenni, az egyes ágazati szereplőknek külön-külön nincs pénzük a megjelenésre. Nekünk ugyanis olyan cégekkel kell versenyeznünk, mint a Coca-Cola, Pepsi-Cola. Ezt pedig akkor sem győznénk költségvetéssel, ha az EHA-forrásokat is erre a célra használhatnánk fel. Annyi tehát bizonyos, hogy a megjelenési esélyeket az növeli, ha közösségi felhasználásban gondolkodunk, s egyesítjük pénzügyi erőinket.



Orosz Sándor a marketing fontosságáról

Egy 1997-es fogyasztói szokásfelmérés követően a Haltermoszló elindította a közösségi marketingkommunikációs programját. Az is döntés volt, hogy elsődlegesnek a kommunikációt tekintették feladatuknak a program megvalósítói, hiszen a mostanhoz képest kevesebb pénz hatékonyabb felhasználását vetíthette előre. Tíz évvel ezelőtt elindult egy program, akkor 2,7 kilogramm/fő/év volt a halfogyasztás Magyarországon. A program célul tűzte, hogy középtávon megduplázza a fogyasztás mértékét. A középtáv eltelt, de megdupláznia a fogyasztást nem sikerült, viszont nőtt a halfogyasztás Magyarországon, mégpedig egyenletesen. A növekmény fele ugyanis a belföldi előállítású, édesvízi halakból származik.

A növekedéshez a magyar halászok is hozzájárultak. Volt persze olyan idő, amikor sokkal többet lehetett a halról hallani, mint napjainkban, de az jó dolog, hogy vannak olyan haltermelők, hallal foglalkozó szakemberek, akik közismertté váltak ezen időszakban (Például Lévai Ferencet, Novics Györgyöt nem csak a szűkebb pátriájukban ismerik fel...) A tíz évvel ezelőtt elindított közösségi marketingprogramnak ez is eredménye. Ennél kevésbé látványos, de legalább ennyire hatékony eleme volt a programnak az országos és a helyi rendezvények megszervezése, elindítása. Ma már sok olyan helyszíne van az országnak, ahol kifejezetten színvonalas hal-gasztronómiai fesztiválokat rendeznek, s ahol ebben találják meg azt a megoldást, ami a közösségteremtésben, -építésben is jelentőséggel bír.

A magyar halászok természetesen tudományos konferenciákat is tartanak, miként szakrendezvényeket, amelyek többé-kevésbé sikereseknek is mondhatók. Legkevesebb sikert a vendéglátóipari egységeknél értünk el. A Halételek Országos Versenye igazolta, hogy szükség van ilyen, s a Magyarok Nagy Asztala rendezvényekre, csak ezt bírni kell pénzzel.

A marketingről azért kell továbbra is beszélni, mert a halfogyasztás növelése továbbra is elsődleges feladatunk. Ahogy a Halászati Operatív Programban is megfogalmazódott, 2013-ra hat kilogrammra kívánjuk az egy főre jutó éves halfogyasztást

növelni. Ezzel a célkitűzéssel a szövetség és tagjai is egyetértenek, ennek megfelelően vigyázni kell arra, hogy a rendelkezésre álló pénzeket hatékonyan használjuk fel. A szóban forgó összeg talán óriásinak tűnik, de a 47 milliárd forint 25 százaléka hat évre elosztva szolgál marketingcélok megvalósítására. Ez évente nem több 300 millió forintnál, s ezt úgy érdemes felhasználni, hogy a közösségi marketingprogram céljai, amelyek egybeesnek a HOP célkitűzéseivel, megvalósuljanak. Nem elkülönült pályázatok útján kell ezt a pénzt felhasználni.

A szövetség az „Egyen halat, finom falat – Ponty erre gondoltam” szlogent a „Minőségi magyar hal, az Ön egészségére” szlogennel váltotta fel. Ez utóbbi szlogen válasz arra, hogy nem másnak akarunk reklámot csinálni, mint önmagunknak, s válasz arra is, hogy nem csak ponty a magyar hal.

Milyen üzenetei vannak a közösségi marketingprogramnak, amelyet folytatni kell? Három fontos üzenetet olvasott fel az elnök. Az egyik: szeresd a természetet! Ha ezt az üzenetet nem fogalmazzuk meg a halfogyasztás keretei között, a halfogyasztás növelése érdekében, akkor hibát követ el a magyar halászság. Két okból. Az egyik: a pontyos tógazdaságoknak nagyobb a jövője, mint magának a pontynak, azért, mert van egy olyan szolgáltatásuk, mint a vizes élőhely folyamatos fenntartása. Ez pedig bizonyos értelemben tartamosabb érték, mint a megtermelt egy kilogramm hal. Ezen túlmenően az sem mellékes, hogy megjelenik, hogy a magyar halászok természetbarátok.

A másik üzenet: ápolj a hagyományokat! Amikor Novics Gyuri a szabadtúzi halfőzés fortélyairól beszélt, akkor ezt a témát három perc alatt elintézte, viszont beszélt annak fontosságáról, hogy együtt van a család, a rokonság, a baráti ismerősök. Olyan ételeket fogyasztanak, amelyek a magyar hagyományokban is szerepelnek. Amikor a szövetség rendezvényeket generált, akkor is közösségépítésben gondolkodtak. A harmadik üzenet: egészségesen élvezd az életet! Ebben minden egyes szó jelentőséggel bír, így az élvezet is. A szólás ugyanis azt tartja, hogy ami igazán jó, az vagy egészségtelen, vagy erkölcstelen, vagy pedig hizlal. A halászok viszont azt mondják, hogy egyen halat a magyar ember, mégpedig finoman elkészítve. Nem aszketikus étkezésre akarjuk az embereket felszólítani, hanem kifejezetten arra, hogy kulináris élvezetben részesüljenek. Azt állítjuk ugyanis, hogy a halászati termékek egészségesek.

Az elnök végezetül a lehetséges eszközöket említette a marketingtevékenységhez. A múlt is kötelezi a szövetséget, s a múlt tanulságait közösen kell kiértékelni. Fontos, hogy megnyíljon a HOP azon pénzügyi csatornája, amely lehetővé teszi, hogy nagyobb szünet nélkül az újragondolt közös halászati marketing-, alapvetően kommunikációs programot a magyar halászság tovább folytathassa.

H. Gy.



Itt minden halból készül

A Magyarok Nagy Asztala rendezvényen, a Vajdahunyadvár kavalkádjában fel-tűnt egy felirat: Halspecialitások. A kiállító és kóstoltató cég, a Puru Kft. valóban új és széles skálájú termékkínálattal jelent meg a nagyközönség előtt. A pulton a magyar halfelvágott-családtól, a halvirslin, a sonkán át, az aszpikos halig igazolta, hogy a halhús is rendkívül változatos módon készíthető, felhasználható. A cégtulajdonos, Puruczky István végzettségét tekintve élelmiszeripari üzemmérnök, nem titkolt szándéka, hogy már gyermekkorban szeretettne meg a halételeket. A Puru Fish készítmények pedig kiválóan alkalmasak is erre.

A beszélgetés azonban nem a cégtulajdonossal zajlott. Lévén, hogy a Puru Kft. családi vállalkozás, így az ifjabb Puruczky, nem István, hanem a testvér András ült a mikrofonom elé, mivel a kereskedelem, a marketingtevékenység az ő reszortja a cégnél. A vállalkozás 1991-ben alakult, akkor még tengeri hallal foglalkoztak, s heringből pácolt halat gyártottak a Halért számára,

mégpedig elég nagy mennyiségben. De nem sokkal később, 1995-ben már saját márkás, tengeri lazacból készült termékkel jelentek meg a piacon, amely olyannyira sikeresnek bizonyult, hogy egy kereskedelmi áruházláncnak is beszállítottak.

A 2004-es uniós csatlakozást követően megnyíltak a piacok, s a lengyel alapanyagból készített termékekkel nem tudtak lé-

pést tartani. A lengyel hering árával nem tudtak versenyezni, ezért olyan terméket kerestek, amit hazai alapanyagból lehet előállítani. Mivel export halfeldolgozó üzemmel rendelkeznek a Somogy megyei Tabon – az üzemben 15-en dolgoznak, a kapacitás évi 3 tonna –, ezért a termelést nem kívánták abbahagyni, illetve megszakítani. Ráeltek egy hazai, édesvízi halfajra, amelyből virslit tudtak előállítani. E sikeren felbuzdulva a többi töltelékárut is ebből a halból készítették.

Amikor rákérdeztem arra, hogy melyik hazai halfajról van szó, András nem szívesen nyilatkozott. Am azt elárulta, hogy az általuk alkalmazott technológia az édesapa műve, „találmánya”. A sikert igazolja, hogy 2007. április 4-én a Parlamentben a Puru Kft. Puru Fisch termékcsaládját kiemelt elismerésben részesült – az élelmiszeriparban egyedülként – a 2006-os évben meg-

Bemutakozás

Családi vállalkozásunkat 1991-ben alapítottuk édesapánk *Id. Puruczky István* élelmiszeripari-üzemmérnök vezetésével és a két testvér *Puruczky István* és *Puruczky András* közreműködésével. Már a kezdetektől halfeldolgozással foglalkoztunk. 2004 májusától termékeinket export számmal ellátott üzemben állítjuk elő, így biztosítva a lehetőséget az uniós országokba való kiszállítási feltételeket. Üzemünkben HACCP minőségbiztosítási rendszer működik.

Több mint tíz éves halfeldolgozó gyártástapasztalattal mögöttünk 2005-től, egy eddig még ismeretlen, üres szegmens irányában kezdtünk el kutató-fejlesztő munkát végezni. A Puru Fisch termékek magyar édesvízi halból készülnek, Európában egyedüli gyártástechnológiát alkalmazva. A különleges halhús-készítmények ízben, választékban igen gazdagok, magas táplálkozási értékei az egészséges táplálkozást kiemelkedően szolgálják. A Puru Fisch termékcsalád teljes értékű magas fehérjetartalma, értékes ásványi anyagokat és többféle, a szervezetünk számára nélkülözhetetlen vitaminokat tartalmaz.

A hal jó forrása a zsírban oldódó vitaminoknak, elsősorban az A- és D-vitaminnak. Ezek segítségével szervezetünk képes semlegesíteni a szabadgyököket (vagyis az élettani folyamatok során keletkező, illetve külső forrásból a testbe jutott, érfalat károsító, valamint rákos betegségeket előidéző anyagokat), és

növelni a betegségekkel szembeni ellenálló képességet.

A Puru Kft. termékei számos hazai és külföldi kiállításon és pályázaton vettek már részt. 2007-ben a XV. Magyar Innovációs Nagydíj Pályázat bírálóbizottsága kiemelt elismerésben részesítette a családi vállalkozás termékeit, a tavalyi párizsi SIAL nemzetközi élelmiszeripari kiállításon pedig az uniós mezőgazdasági ügyekért felelős biztos, Marianne Fischer Boel személyesen gratulált az élelmiszeripari innovációhoz. Idén Kölnben rendeznek élelmiszeripari kiállítást, ahol a tervek szerint saját standdal jelenik meg a cég. Nemzetközi tárgyalásait megakasztotta a gazdasági válság, külföldi partnereik jelenleg a hazai termékeket preferálják. Dán, német és osztrák partnerekkel tárgyalnak folyamatosan; a megbeszélések alapján elképzelhető, hogy az év második felében már a német üzletek polcain lesznek a cég termékei.

A vállalkozás termékeinek alapanyaga a Szarvason, termásvízben nevelkedő szátkamentes afrikai harcsa, amiből évente jelenleg ötezer tonnát dolgoznak fel, tizenöt embernek biztosítva munkát. A cégvezető szerint a jelenlegi mennyiség tízszeresét is képesek lennének felhasználni, de még az ismeretlenség okán nincs kereslet. A forgalom ötven százalékát a hal-saslik teszi ki, ám a közoktatási intézményeknek köszönhetően egyre jobb a felvágott jellegű termék értékesi-

tési mutatója. "Ez kiaknázatlan piac, ami csak bővíthet" - véli Puruczky András.

Magyarországon karácsony kivételével nehéz eladni a halat. Ezt támasztja alá a Debreceni Orvostudományi Egyetem tavalyi felmérése is. Az ezer fő kikerdezésével készült, reprezentatív felmérés szerint évente átlagosan négy kiló halat fogyasztunk. A válaszadók harminc százaléka íze miatt, másik harminc százaléka pedig a szálkától való félelem miatt nem eszik halat. Puruczky szerint ez a berögződés gördíti a legnagyobb akadályt a hazai értékesítés elé. "Termékeink több hipermarket polcain megtalálhatók, ám a multik nem sokat tesznek a nagyobb forgalom érdekében. A termék közismertségéhez állandó promóció kellene, amire jelenleg nincs pénzünk" - árulja el az ügyvezető. Ezért a vállalkozás az értékesítés másik oldaláról, a fogyasztói szokások megváltoztatása révén igyekszik piacot biztosítani magának. "Jelenlegi legnagyobb felvásárlóink a bölcsődék, óvodák és iskolák, ahol törvényileg előírt mennyiségű - tíznaponta száz gramm halat kell biztosítani. A pedagógusok és élelmiszervezetők szerint a gyermekek szívesen fogyasztják, mert leginkább a csirkemellből készült ételek ízeze hasonlít" - mondja Puruczky. Jelen-tős mennyiséget értékesítenek több hazai szállodának is, akik wellness programjaik keretében, vagy éppen húshagyó szerdai reggeli során találják fel a Fisch-lit, Fischkat. Így kerülhet az asztalokra a nagybőjt idején is változatos haltermék-kínálat.



Apa és fia

valósított innovációjával. Egy élelmiszer-gyártási technológiát nem lehet levédeni, nem véletlen, hogy már a Puru termékeket is hamisították. Végül persze kiderül, mert a fiatal szakember elárulja, hogy a hazai alapanyagot az afrikai harcsa szolgáltatja. A töltelékárúnál fontos a szálkamentesség, ezáltal óvodában, bölcsődében is fogyaszt-

hatják a termékeket. Az a tapasztalatuk, hogy a gyerekek is kedvelik, örömmel eszik a halszalámit, a virslit, a sonkát, az aszpickos halat. Ennek oka, hogy a halíz alig-alig érződik a termékeken, ugyanakkor már gyermekkorban hozzászoknak a halhús fogyasztáshoz. A későbbiekben nagyobb esély nyílik e gyerekeknél, hogy a

pontyot és más hazai halfajt is szívesen fogyasszanak. A cég a hazai halfogyasztási kultúrát is próbálja megváltoztatni, javítani azzal, hogy a későbbiekben a többi halfajt is bevonja a gyártásba.

A halfogyasztás növelésének az egyik útja, ha a közétkeztetésben is legalább heti egy alkalommal megjelenne a halétel. Kitérés pontja is lehet ez a haltermelésnek, hiszen a Puru Kft. a saját bőrén tapasztalja, hogy a szálkamentes, finoman elkészített halhús a kedvenc ételek közé tartozik a legfiatalabb korosztálynál is. A Puru Fisch termékek ár-érték aránya is kedvező, hiszen itt nincs veszteség. Az emberek kevés időt fordítanak étkezésre, ezért sem terjedhetett el a ponty, amelynek fogyasztásához – a száлка miatt – több időre van szükség. A magyar ember a csirke- és a sertéshúson felnőve nem igazán eszik komótosan, amit a halétel megkíván. Éppen ezért a többi halfaj esetében, ha biztosítani tudják a száz százalékos szálkamentességet, akkor nagy esély mutatkozik a tömeges gyártásba vonásra (lásd párizsi, virsli jellegű termékek), de a sonka jellegű termékeknel már nehezebb ezt a kérdést megoldani, mert ott darabos húsok is megjelennek a termékekben.

H. Gy.

A kormoránról tárgyaltak

Az Európai Unió Halászati és Akvakultúra Tanácsadó Bizottsága (ACFA) június 3-án Brüsszelben ülésezett, amelyen Tölg László, a szövetség munkatársa vett részt. Ezen az ülésen – mint három év óta minden bizottsági összejövetelen – az egyik fő téma a kormorán által okozott pusztítás elleni védekezés volt. Az ülésen elhangzott a brüsszeli bürokraták részéről, hogy valójában Európára nem kívánnak kormorán-menedzsment tervet készíteni a madárvédelmi direktíva 9. cikkelye alapján, mert minden tagállamnak lehetősége van derogációt alkalmazni.

Minden tagállamnak saját magának kell eldöntenie, hogy ritkítja, riasztja-e a kormoránt. Ha nem így dönt, akkor a haltermelőknél és a többi érintett gazdálkodónál nincs lehetősége a védekezésre, jelentette ki a bizottság vezetője, mondván, hogy ez a brüsszeli álláspont. Richie Flynn, az ACFA Working Group 2. elnöke, aki levezette a bizottsági ülést, szót adott Tölg Lászlónak, a FEAP édesvízi bizottság vezetőjének.

Tölg László onnan kezdte mondandóját, hogy húsz évvel ezelőtt Magyarországon 50 pár fészkelő kormoránt tartottak nyilván, ma 3000 párnál tartunk és 22 ezer a vonuló állomány. Ez tény, de a bizottság nem volt kíváncsi a véleményünkre. Az elmúlt nyolc év kutatási programjai alapján – erre a bizottság sok pénzt köl-

tott, ezek a Red, illetve az Intercafé programok – megállapították, hogy Európában legalább 1,2 millió kormorán él, amely naponta 600 tonna halat fogyaszt, mégpedig sok védett és nemes fajt. Ezeket az adatokat hallván, a bizottság képviselője is felkapta a fejét. Richie Flynn azal zárta a vitát, hogy ha 1–2 éven belül a Bizottság nem hoz egy jogszabályt, amely szerint minden tagállamnak egy kormorán-szabályozási tervet kell készítenie, akkor az Európai Unió fizetni fog a károkkért a tagállamoknak.

A bizottsági ülést megelőzte a FEAP-közgyűlés, mégpedig március 31-én. Az itt született határozat szolgált alapul a bizottsági ülésnek. A FEAP-közgyűlés pedig úgy foglalt állást, hogy a FEAP kéri, hogy az Európai Bizottság adjon lehetőséget

arra, hogy megszülethessen egy jogszabály a nagy károkatona populációjának a szabályozására. Ez ugyanis veszélyezteti a halból élő ágazatokat. A Bizottságnak el kell magyaráznia, hogy nyolc évi kutatómunka után miért azzal foglalkoznak, hogy hány darab kormorán él Európában! Most már bizonyos, hogy a nagy károkatona állomány gazdasági, ökológiai, biológiai szempontból veszélyezteti mind a természetes víz, mind az akvakultúra gazdálkodóinak a tevékenységét.

Harmadikként a FEAP elvárja a DG Environment vezetésétől, hogy pontosan határozza meg a minimális populáció mértékét Európában, amely még önfenntartó, s ezt tudományos kutatási eredményekkel is támassza alá. Negyedik pontban a FEAP határozottan felhívja a Bizottság figyelmét arra, valamint a tagállamokat is, hogy mindenkinek, aki ebbe a csapatba tartozik, egy nagy károkatona állomány-szabályozási tervet kell készítenie tudományos és adminisztratív ellenőrzéssel egybekötve, kooperációval, kommunikációval gazdagítva. Az ötödik pontban a FEAP felhívja a Bizottság figyelmét arra, hogy 2009 harmadik negyedév végére egy előzetes kormorán-szabályozási tervről szóló jogszabályt alkosson meg.

h-n



A hazai pálya szabadsága

Lépéselőny ma magyar bank ügyfelének lenni. A Takarékszövetkezetek 100%-ban magyar tulajdonban vannak. A világ pénzügyi időjárásától független, saját betétállományuk teszi őket képessé arra, hogy hitelnyújtással legyenek partnereik hasznára.

A Takarékszövetkezetek szabadsága az Ön szabadsága.

Itt voltunk, itt vagyunk, itt leszünk.
MAGYAR  **TAKARÉKOK**
www.magartakarekok.hu