

**BUDAPESTI KÖZGAZDASÁGTUDOMÁNYI ÉS ÁLLAMIGAZGATÁSI
EGYETEM**

A versenyképesség biztosításának új minőségi dimenziója az
élelmiszergazdaságban EU csatlakozásunk szempontjából

Doktori (PhD) értekezés

Pallóné dr. Kisérdi Imola

Budapest

2003

A doktori iskola

megnevezése: Tájépítészet és Döntéstámogató rendszerek

tudományága: Multidiszciplináris agrártudományok
(Gazdálkodás- és szervezéstudományok)

vezetője: Dr. Harnos Zsolt
tanszékvezető egyetemi tanár, MHAS
BKÁE, Kertészettudományi Kar,
Matematika - Informatika Tanszék

Témavezető: Dr. Hajdu Istvánné
tanszékvezető egyetemi tanár, CSc
BKÁE, Élelmiszertudományi Kar,
Élelmiszeripari Gazdaságtan Tanszék

A jelölt a Budapesti Közgazdaságtudományi és Államigazgatási Egyetem Doktori Szabályzatában előírt valamennyi feltételnek eleget tett, az értekezés műhelyvitájában elhangzott észrevételeket és javaslatokat az értekezés átdolgozásakor figyelembe vette, az értekezés nyilvános vitára bocsátható.

.....

.....

Az iskolavezető jóváhagyása

.....

.....

A témavezető jóváhagyása

TARTALOMJEGYZÉK

<u>1. BEVEZETÉS</u>	3
<u>2. A KUTATÓMUNKA CÉLJA</u>	8
<u>2.1. A kutatómunka várható eredményei</u>	9
<u>2.2. A kutatómunka menete</u>	9
<u>3. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS</u>	10
<u>3.1. A minőség fogalomrendszere</u>	10
3.1.1. <u>A minőség fogalma</u>	10
3.1.2. <u>A minőség és az élelmiszerbiztonság</u>	10
3.1.3. <u>A minőség meghatározásának újabb szempontjai</u>	12
<u>3.2. Az eredet jelzett termékek értelmezése</u>	14
3.2.1. <u>A differenciálás fogalma</u>	15
3.2.2. <u>A speciális előállítási mód értelmezése</u>	15
3.2.3. <u>Az eredet jelzett termékek minőségének értelmezése</u>	15
3.2.4. <u>A tipikusság fogalma</u>	16
3.2.5. <u>A regionalitás</u>	17
3.2.5. <u>Az eredetjelzett termékek támogatási lehetőségei</u>	19
<u>3.3 Iparjogvédelmi oltalmi formák Magyarországon</u>	20
3.3.1. <u>Védjegyek</u>	21
3.3.2. <u>Földrajzi árujelzők</u>	22
<u>3.4. Az élelmiszergazdaság versenyképessége</u>	24
3.4.1. <u>Az élelmiszergazdaság fogalma</u>	24
3.4.2. <u>A versenyképesség</u>	24
3.4.3. <u>Az európai minőségösztönző politika és a versenyképesség</u>	27
3.4.4. <u>A globalizálódás – regionalizálódás és a versenyképesség</u>	29
<u>4. ANYAG ÉS MÓDSZER</u>	33
<u>5. KUTATÁSI EREDMÉNYEK</u>	40
<u>5.1. Az Európai Unió minőségpolitikája és hazai alkalmazási lehetőségei</u>	40

5.1.1.	<u>Az eredetvédelem rendszere az Európai Unióban</u>	41
5.1.2.	<u>A különleges tulajdonság tanúsítási rendszere az Európai Unióban</u>	45
5.1.3.	<u>Javaslataim az EK rendeletek hazai alkalmazására</u>	46
5.1.4.	<u>A rendszer bevezetésének tapasztalatai az Európai Unióban</u>	48
5.1.5.	<u>Az eredetvédelem szabályozásának tanulmányozása Franciaországban</u>	50
5.1.6.	<u>Az eredetvédelem új hazai rendszerének bevezetése</u>	52
5.1.7.	<u>A hagyományos különleges tulajdonság tanúsítási rendszer bevezetése Magyarországon</u>	53
5.1.8.	<u>Az eredetvédelmi és különleges tulajdonság tanúsítási rendszerekhez kapcsolódó további feladatok</u>	55
5.2.	<u>Új európai minőségi koncepció a hagyományos termékek versenyképességének biztosítására</u>	55
5.2.1.	<u>Az Európai Gyűjtemény létrehozásának módszertani elemzése</u>	56
5.2.2.	<u>Az Európai Gyűjtemény elemzése</u>	61
5.3.	<u>A „HAGYOMÁNYOK-ÍZEK-RÉGIÓK” Program megvalósítása Magyarországon</u>	64
5.3.1.	<u>A hagyományos és tájjellegű termékek minőségi dimenziójának meghatározása</u>	65
5.3.2.	<u>A HÍR gyűjtemény követelményrendszerének meghatározása</u>	66
5.3.3.	<u>A HÍR program szervezeti struktúrájának kialakítása</u>	68
5.3.4.	<u>A gyűjtőmunka folyamata</u>	72
5.4.	<u>A HAGYOMÁNYOK-ÍZEK-RÉGIÓK (HÍR) gyűjtemény rendszerezése</u>	75
5.4.1.	<u>A termékek rendszerezése ágazatonként</u>	75
5.4.2.	<u>A termékek rendszerezése régióként</u>	76
5.4.3.	<u>A termékleírások szerkezete</u>	78
5.4.	<u>A HAGYOMÁNYOK-ÍZEK-RÉGIÓK (HÍR) gyűjtemény elemzése</u>	80
5.4.1.	<u>A HÍR Gyűjtemény elemzése ágazati szempontból</u>	80
5.4.2.	<u>A HÍR gyűjtemény elemzése régióként</u>	83

<u>5.5. A hagyományos és tájjellegű magyar élelmiszerek ismertségének vizsgálata</u>	89
5.5.1. A vizsgálat anyaga	89
5.5.2. A vizsgálat módszere	90
5.5.3. A válaszok általános elemzése	91
5.5.4. A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek ismertsége	95
5.5.5. A hagyományok és az eredet szerepe a fogyasztók választásában	98
<u>5.6. A HÍR gyűjtemény termékeinek megfeleléség vizsgálata az eredetvédelem szempontjából</u>	101
5.6.1. A vizsgálat célja, anyaga és módszerei	101
5.6.2. A vizsgálandó termékek körének meghatározása	101
5.6.3. A termékjellemzők vizsgálata	102
5.6.4. A termékjellemzők vizsgálatának értékelése	103
5.6.5. Az eredetvédelem megvalósíthatóságának vizsgálata	105
<u>5.7. A HÍR gyűjtemény hasznosítási programjának kidolgozása</u>	113
5.7.1. A HÍR gyűjtemény hasznosítási lehetőségei	113
5.7.2. Támogatási lehetőségek az Európai Unióban	114
5.7.3. A HÍR gyűjtemény komplex hasznosítási programja	116
5.7.4. A HÍR gyűjtemény hasznosításának támogatási lehetőségei	118
<u>5.8. Új és újszerű kutatási eredmények</u>	120
<u>6. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK</u>	122
6.1. Javaslataim a HÍR gyűjtemény hasznosítására	123
<u>7. ÖSSZEFOGLALÁS</u>	126
<u>8. SUMMARY</u>	130
<u>Irodalomjegyzék</u>	133
<u>Ábrajegyzék</u>	143
<u>Táblázatok jegyzéke</u>	144

1. BEVEZETÉS

Az Európai Unióhoz való csatlakozásunkkal a magyar élelmiszergazdaság termékei egy 450-500 millió főt számláló egységes belső piacra kerülnek, amely jelentős vásárlóerővel, hatalmas kereslettel bír. Az Európai Unió világméretben a feldolgozott élelmiszertermékek legnagyobb előállítója és fogyasztója, megelőzve az Amerikai Egyesült Államokat. Az egységes belső piacra kerüléssel a termékek forgalmának útjában álló korlátok lebomlanak. Ugyanakkor viszont a teljesen nyitottá váló, ma még részben védett hazai piacon a magyar élelmiszeripari termékeknek a többi tagállam termékeivel kell majd versenyezniük. Ezeknek a kihívásoknak kiváló, vagy különleges minőségű termékeinkkel felelhetünk meg.

A piaci versenyképesség fokozása érdekében ezért egyre inkább előtérbe kerül a **különleges minőséget garantáló védjegyek és földrajzi árujelzők** alkalmazása.

Kutatómunkám kereteinek meghatározása során a hagyományos és tájjellegű termékek versenyképességének – európai uniós csatlakozásunk szempontjából meghatározó - két alapvető tényezőjét vettem figyelembe:

- az Európai Unió közös agrár- és vidékfejlesztési politikájának hosszú távú célkitűzéseit, és
- Magyarország csatlakozásra való felkészülési stratégiáját.

Az Európai Unió AGENDA 2000 dokumentumában a Közös Agrárpolitika jövőbeni célkitűzései között nagy hangsúlyt kap a **vidék fenntartható fejlesztése** a termelés és a tevékenységek változatossá tételén keresztül. A dokumentum felhívja a figyelmet az **élelmiszerfogyasztási szokásokban megfigyelhető változásokra, amelyek** a jellegzetes és hagyományos termékek piaci részesedésének folyamatos növekedésének irányába mutatnak. Kiemelt helyen szerepel az agrárpolitika által támogatandó célok között az **élelmiszer-minőségi és -biztonsági követelményeknek való megfelelés biztosítása**. Ennek megvalósítása érdekében a **minőségi élelmiszerek, köztük a földrajzi helyhez vagy hagyományos termelési módhoz köthető termékek előállításának és értékesítésének támogatására** jelentős összegeket irányoz elő.

Annak érdekében, hogy a magyar élelmiszer-előállítók a csatlakozás után is megőrizzék, sőt növelni tudják részesedésüket mind a hazai piacon mind az Európai Unió egységes belső piacán, élelmiszeripar- és minőségpolitikai stratégia kidolgozása vált szükségessé. Ennek keretében 1997-ben a Földművelésügyi Minisztérium - jeles hazai szakemberek széles körének munkájára támaszkodva - kidolgozta a magyar élelmiszeripar középtávú, az EU csatlakozásig szóló minőségpolitikai irányelveit. Ez a dokumentum rögzítette az összes szükségesnek tartott minőségfejlesztési intézkedést, amellyel biztosítható a magyar élelmiszerek minőségi versenyképessége a csatlakozás

után. A minőségpolitika megvalósításában állami részvételt igénylő feladataként szerepelt a terméktanúsítási és minőségellenőrzési rendszerek kialakításában és működtetésében való részvétel. Ennek egyik kiemelt feladataként jelölte meg a stratégiai dokumentum az EU által már alkalmazott eredetvédelmi és hagyományos különleges tulajdonság tanúsítási rendszerek kialakítását Magyarországon.

Magyarország EU csatlakozása nagy kihívást jelent a magyar élelmiszergazdaság számára mind mennyiségi mind minőségi szempontból. A csatlakozásra való felkészülés folyamatában fontos az élelmiszergazdaság megfelelő felkészítése a jelenlegi hazai piaci részesedésének megőrzése, és a megnyíló új piaci lehetőségek jobb kiaknázása érdekében. Ennek elsődleges feltétele a termékek piaci versenyképességének javítása, melynek egyik hatékony eszköze lehet a hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek EU konform tanúsítási rendszerének létrehozása Magyarországon. A hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági termékek és élelmiszerek gyűjteményének létrehozásával és a gyűjteménybe került termékek komplex hasznosítási programjának kidolgozásával jelentősen javítható a magyar élelmiszerek piaci versenyképessége az Európai Unió egységes belső piacán.

2. A KUTATÓMUNKA CÉLJA

Kutatómunkám megkezdésekor a következő feladatok megoldását tűztem ki célul:

1. Az eredetvédelem és hagyományos különleges tulajdonság tanúsítási eljárások és rendszerek átültetése a magyar gyakorlatba. Ezen általános célkitűzésen belül a következő részproblémákat kellett megoldani:
 - Az eredetvédelmi és hagyományos különleges tulajdonság tanúsítási rendszerek és terméklisták tanulmányozása az EU-ban.
 - Az európai eredetvédelmi és hagyományos különleges tulajdonság tanúsítási rendszerek hazai alkalmazási lehetőségeinek, előnyeinek feltárása.
 - Javaslat készítése a nemzeti eredetvédelmi és hagyományos különleges tulajdonság tanúsítási rendszerek kialakítására Magyarországon.
2. A kutatómunka második szakaszában a PHARE által támogatott, a Hagyományos és Tájjellegű Élelmiszerek Gyűjteményének létrehozására irányuló program kidolgozása keretében a következő feladatokat kellett megoldani:
 - A gyűjteménybe kerülés kritériumrendszerének kidolgozása az európai gyűjtemény kritériumrendszerének és a magyar sajátosságoknak a figyelembevételével.
 - A gyűjtemény termékcsoportjainak kialakítása az európai gyűjtemény rendszerének és a magyar specialitásoknak a figyelembevételével.
 - Az egész élelmiszerágazatra és az ország minden régiójára kiterjedő gyűjtőmunka megszervezése, különös tekintettel a kutatás multidiszciplináris jellegére és a szakemberek nagy számára és széles körére (technológusok, minőségügyi szakértők, etnográfusok, történészek, táplálkozástudósok, egyetemi oktatók, informatikusok, marketing szakemberek stb.).
3. Végül a kutatási program harmadik részében a HÍR gyűjtemény termékeinek hasznosítási lehetőségeit kellett megvizsgálni, a következő részproblémák szerint:
 - A hagyományos és tájjellegű termékek ismertségének vizsgálata a fogyasztók körében.
 - A létrehozott gyűjtemény termékei megfelelőségének vizsgálata az eredetvédelmi rendszer követelményei szempontjából.
 - A gyűjtemény komplex hasznosítási programjának kidolgozása.

2.1. A kutatómunka várható eredményei

Ennek a többlépcsős kutatási programnak a végrehajtásától a következő főbb kutatási eredményeket vártam:

Az európai minőségpolitika és annak megvalósítását célzó alaprendeletek (az organikus gazdálkodásról, az eredetvédelemről és a hagyományos különleges tulajdonság tanúsításáról) elemzése, hazai alkalmazási lehetőségeik feltárása annak érdekében, hogy azok mielőbb széles szakmai körben ismertté váljanak és hasznosuljanak.

A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek gyűjteményének létrehozására irányuló program tudományos megalapozása a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek definiálásával, követelményrendszerének meghatározásával.

A program szervezeti struktúrájának tudományos alapokon történő kialakítása, különös tekintettel a kutatás multidiszciplináris jellegére.

A hagyományos és tájjellegű termékek ismertségének feltárása a fogyasztók körében és eredetvédelmi esélyeik vizsgálata a termelők körében.

A gyűjteménybe került 300 hagyományos és tájjellegű termék komplex hasznosítási programjának és a hozzá kapcsolódó EU és WTO konform támogatási rendszernek a kidolgozása, amely EU csatlakozásunk időszakában igen időszerű feladat.

2.2. A kutatómunka menete

Kutatómunkám első szakaszában (1992-1997) feltártam az élelmiszerek minőségi előírásaival foglalkozó EU előírások széles körét, majd a szakirodalmi háttér feldolgozásával elemzéseket végeztem, amelyeket az EU-ban folytatott PHARE tanulmányúton szerzett tapasztalataimmal egészítettem ki. Az élelmiszer minőségi előírásokon belül kiemelten foglalkoztam az európai minőségpolitika eszközrendszerének hazai alkalmazási lehetőségeivel.

Kutatómunkám második szakaszának (1999-2000) célkitűzései a HU9603-01-01-L017 számú „Measures Supporting the Protection of Origin of Products and the Typical Food Products” c. PROMEI PHARE Programban, minisztériumi programfelelősként való részvételem keretében valósultak meg.

A kutatómunkám harmadik szakaszában (2001-2002) kitűzött feladatok - EU csatlakozásunk szempontjait figyelembevevő - megvalósításához a HU9806-0040-04 számú PHARE project keretében szakértőként az élelmiszerjogalkotás-jogharmonizáció témakörében készített hatáselemzési tanulmányom adta az alapot (Food Legislation -impact study), amelyet a külföldi tanulmányutakon szerzett tapasztalataimmal egészítettem ki.

3. SZAKIRODALMI ÁTTEKINTÉS

3.1. A minőség fogalomrendszere

3.1.1. A minőség fogalma

A minőség általánosságban a dolgok, jelenségek lényegét kifejező, jellemző, meghatározó tulajdonságok összessége, még tömörebben megfogalmazva a minőség a célnak való megfelelés.

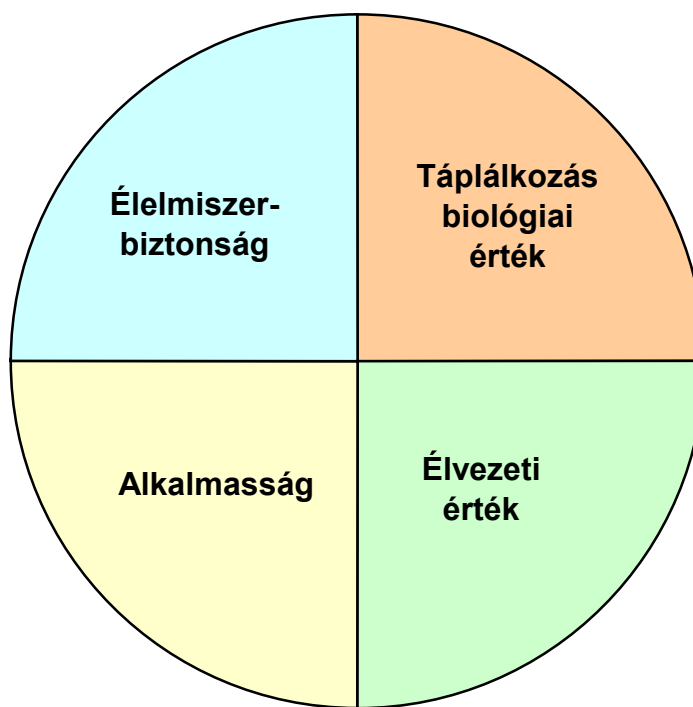
JURAN (1966) minőség definíciója szerint a minőség a felhasználásra való alkalmasságot jelenti.

SHIBA (1987) szerint a minőségnek négy fokozatát különböztethetjük meg. A termék minősége első fokon feleljen meg az előírásoknak, másodfokon a használati értéknek, majd a következő fokozat a fogyasztók ismert igényeinek való megfelelés, és végül a legmagasabb minőségi fokozatot akkor éri el a termék, ha megfelel a fogyasztók látni kívánt szükségleteinek, várható igényeinek is.

Az ISO 9000:2000 szabvány a minőség fogalmára a következő nemzetközileg érvényes meghatározást adja: „a **minőség** annak mértéke, hogy mennyire teljesíti a saját jellemzők egy csoportja a követelményeket.” Megjegyzi a szabvány, hogy a „minőség szakkifejezés használható olyan jelzőkkel, mint gyenge, jó vagy kiváló. Továbbá a „saját” jellemző –szemben a „hozzárendelttel” – annyit jelent, hogy valamiben benne van, különösen úgy, hogy egy állandó jellemzője. Ez a definíció az előző szabvánnyal (ISO 9000:1994) ellentétben már nem sorolja fel, hogy a minőség fogalma termékre, rendszerre és folyamatra vonatkoztatható, és arról sem beszél, hogy kiknek a követelményeit kell teljesíteni. Kiemeli viszont azt, hogy **saját** (elválaszthatatlan) jellemzőkről van szó, szemben azokkal, amelyek **kívülről hozzárendelt** jellemzők (mint például az ár). További lényeges eltérés a korábbi szabványhoz képest, hogy a **minőség** a teljesítés mértéke, tehát megengedi az olyan értelmezést, amely szerint ez **fokozatot jelenthet** (kiváló, jó vagy gyenge minőség). Ez jelentősen eltér a korábbi szabvány értelmezésétől, amely azt tartalmazta, hogy a minőség fogalmát nem helyes összehasonlító értelemben a kiválóság fokának a kifejezésére használni.

3.1.2. A minőség és az élelmiszerbiztonság

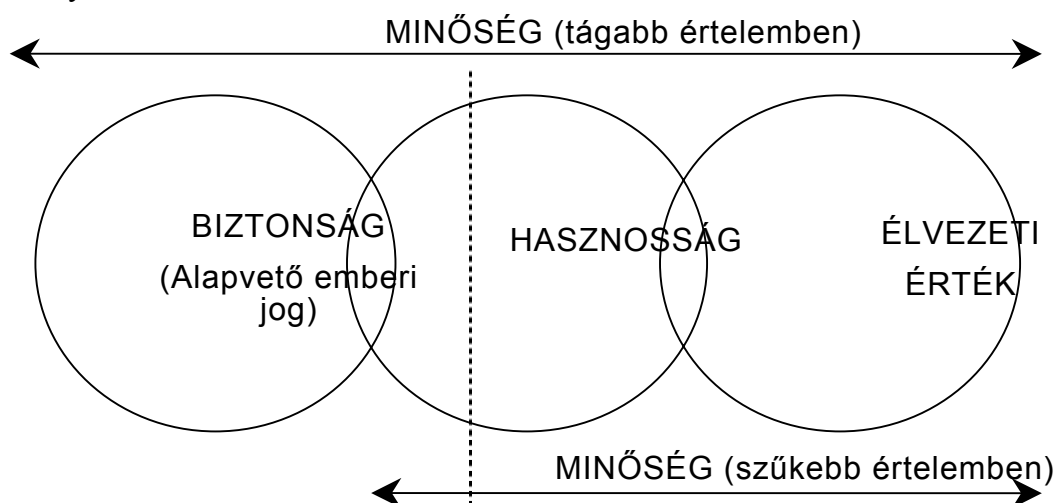
A hazai szakirodalomban MOLNÁR (1991) az élelmiszerek minőségi összetevőit a következőképpen különbözteti meg: élelmiszerbiztonság, táplálkozásbiológiai érték, élvezeti érték és alkalmassági érték (1. ábra).



1. ábra. Az élelmiszerek minőségi összetevői Molnár (1991) szerint

Ez a meghatározás ma is időtálló, sőt előremutatónak bizonyult, hiszen a minőség értelmezésébe beletartozónak tekintette az élelmiszerbiztonságot is.

A minőség fogalma MOLNÁR (2002) szerint tehát értelmezhető tágan, ill. szűken: a kettő közti különbséget az 2. ábra mutatja. A **tágan értelmezett élelmiszer-minőség** alapját a biztonság képezi, melynek megvalósítását törvényi és hatósági úton ki kell kényszeríteni.



2. ábra: Az élelmiszer-biztonság és -minőség viszonya (Molnár, 2002)

A **szűken értelmezett élelmiszer-minőség** ezzel szemben nem jogi, inkább piaci kategória, mely a fogyasztók igényeinek mind teljesebb kielégítését (és ezzel együtt a vállalati eredményesség növelését) célozza.

Az utóbbi idők élelmiszerbotrányai által megrendült fogyasztói bizalom az élelmiszerek biztonságossága iránt is az élelmiszer-minőség tág értelmezését indokolja, mely szerint az élelmiszer minőségének az élelmiszer-biztonság elidegeníthetetlen, vele járó tulajdonsága.

3.1.3. A minőség meghatározásának újabb szempontjai

A szakirodalomból a minőség fogalmának meghatározására még sokféle megközelítés ismert. GARVIN (1988) szerint a minőség fogalmának értelmezés lehet:

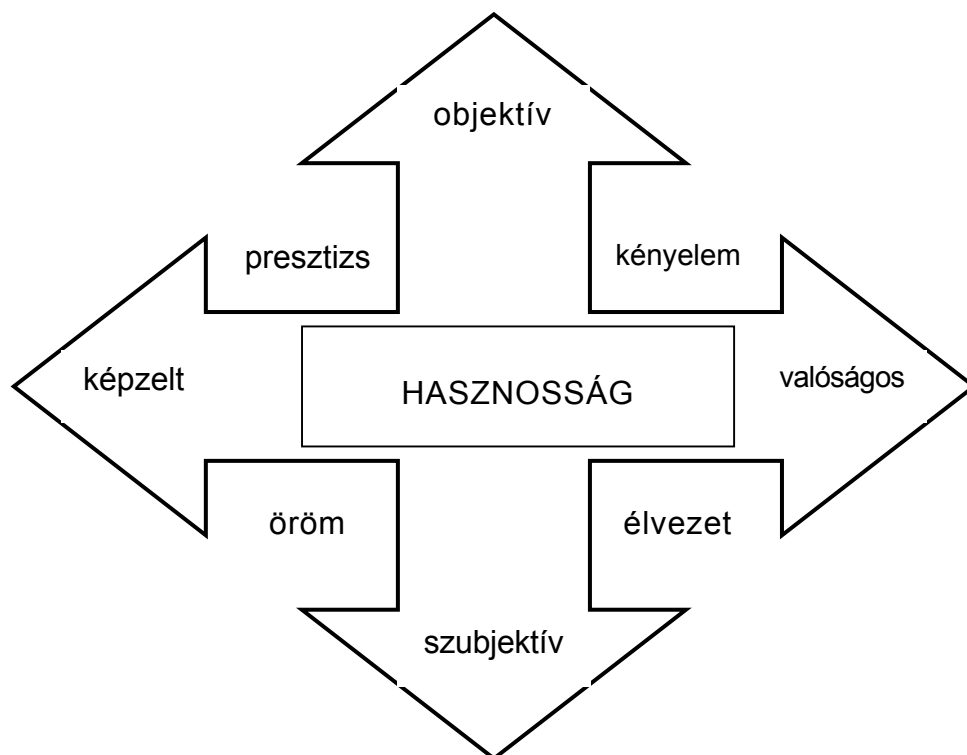
- Transzcendens (kiválóság)
- Termékorientált
- Felhasználó- és fogyasztó orientált
- Gyártó orientált (megfelelőség) és
- Értékorientált (ár- és fogyasztói követelmények összhangjára irányuló)

MOLNÁR (1991) megállapította, hogy a fogyasztói értékítéletet az előzőekben ismertetett minőségi kategóriákon (élelmiszerbiztonság, táplálkozásbiológiai érték, élvezeti érték és alkalmassági érték) túlmenően sok más, a minőséghez kapcsolódó, illetve a piaci viszonyokat jellemző tényező befolyásolja. Az **élelmiszer-minőség meghatározásának ezen újabb szempontjai**, melyek elsősorban a fejlett piacgazdasággal rendelkező országokban érvényesülnek, részben a termék anyagi természetével állnak kapcsolatban, részben pedig elvontan jelentkeznek. Az utóbbi szempontok lényegében három csoportba foglalhatók:

- Használati érték (a többirányú felhasználásra vagy éppen speciális célra való alkalmasság)
- Ökológiai érték (biotermelés, környezetbarát csomagolás)
- Pszichológiai és szociális érték (presztízs-termékek, származási hely)

Megfigyelhető, hogy a fogyasztók a minőséget igen nagyszámú újabb szempontok szerint értékelik, amelyek nem mindig állnak közvetlen összefüggésben a minőség természettudományos megközelítésével. **A fogyasztói értékítéletet a termék minőségével kapcsolatban közgazdasági, pszichológiai és szociális szempontok is meghatározzák.** Ezeknek a fogyasztói elvárásoknak az időben történő felismerésével jó piaci pozíciók szerezhetők. Kutatómunkám során a hagyományos termékek versenyképességének vizsgálatakor ebből a nézőpontból kiindulva próbáltam a továbbiakban a minőség új dimenzióját meghatározni. Ennek az irányvonalnak a helyességét megerősítette a minőség marketing szemléletű megközelítésének tanulmányozása. TOMCSÁNYI (1988) szerint a minőség a használati érték kategóriájába tartozik: azt fejezi ki, hogy a szükséglet kielégítéséhez nélkülözhetetlen

tulajdonságok, funkciók mennyire vannak jelen. TOMCSÁNYI tehát fogyasztóorientált felfogásban a minőséget úgy tekinti, mint az áru hasznosságát meghatározó tulajdonságok együttes hatásfokát, ahol a hasznosság mértéke a fogyasztó értékítélete. A hasznosság dimenziói között megkülönböztet (3. ábra) valóságos, képzelt, illetve objektív és szubjektív dimenziókat és ezek kombinációit (TOMCSÁNYI, 1999):



**3. ábra: A minőség hasznosság dimenziói és tényezői
(TOMCSÁNYI, 1999 nyomán)**

A termékhasznosság egyik legelső közgazdasági értelmezője Vershoven már korán felismerte az **alaphasznosság** és a **kiegészítő hasznosság** kettősségét. Az értékelemzők szóhasználatára szerint ezek a **használati**, illetve az **érvényesülési** tulajdonságok (SÁRKÖZY, 1986). Azt kell tudnunk, hogy melyik az a **kritikus tulajdonság, amely miatt a vásárló a terméket választja. Ez azonban az élelmiszerek esetében egyre ritkábban alaphasznossági tényező (objektív, mérhető tulajdonság).** Az élelmiszerek értékrendje országonként, rétegenként, a hagyomány, a fogyasztói szokások szerint változik. Sőt ezeknek rangsora is változik az időben a fogyasztók megítélésében. Az étkezési szokásokban a fejlett országokban időről-időre „új hullámok” érkeznek: egészséges táplálkozás, ingyenc konjunktúra, bioélelmiszerek divatja. **Előtérbe kerül a táplálkozás örömszerző funkciója. Az új igényeket a termelésnek évekkorábban fel kell ismernie, hogy azokat – saját versenyképessége érdekében – ki tudja elégíteni.** Az élelem örömet kiváltó hatása rendkívül nagy lehet az élelmiszer-marketingben. Ezek pszicho-szociológiai tervezésével a fogyasztói ízlés alakítható, a piaci igények formálhatók.

3.2. Az eredet jelzett termékek értelmezése

Az **eredet jelzett termékeket (OLP¹)** értelmező elméleti megközelítések két fő iskolára támaszkodnak: a társadalomtudományira és a gazdaságtudományira. Bár a különböző országok kutatói elismerik a társadalomkutatások szerepét az eredetjelzett termékek és a fogyasztók közötti kapcsolat kutatásában, az empirikus kutatások döntő többsége mégis a gazdasági, ezen belül is a marketing elméleteken alapul. Ezek a kutatások különféle tudományos módszereket alkalmaznak, mint például a többváltozós technikák, faktor- és klaszteranalízis, feltételes (véletlen) becslés, hedonikus árazás és egyéb modellezések. Sokkal kevesebb kutatás használ azonban olyan minőségi módszereket, mint a mélyinterjúk vagy fókuszcsoportok. Mindkét fajta megközelítés célja az eredet jelzett termékekhez kapcsolódó fogyasztói magatartás megértése, illetve azon attitűdök fejlesztése, amelyek a fogyasztói magatartás kialakításához vezetnek. Ritka továbbá az adatvizsgáló tanulmány, pedig ezek érdekesek, mert az egyetlen olyan kutatási módszer, amelyek a valódi fogyasztói magatartásról szolgáltatnak információt. Ezen kívül léteznek még a piackutatások, amelyek közvetlen, egyenes, nem-elméleti módszert használnak, általában kereskedelmi vállalatok végeztetik őket, így nagyon speciális témákra koncentrálnak (mint például egy termékkategória egy márkája bizonyos fogyasztói szegmenseken belül vizsgálva). Ezért nagyon nehéz általános következtetéseket levonni az ennyire különböző módszerekkel kapott eredményekből.

Az OECD (2000) tanulmány szerint az eredetjelzett termékek értelmezése körül az utóbbi évek nemzetközi tárgyalásai két ellentétes vélemény köré csoportosultak. Az egyik oldalon áll az angolszász (pld. USA) álláspont, amely az eredetjelzők használatát nem korlátozza, mert azt protekcionizmusnak vagy a verseny akadályozásának tartja. Ezzel szemben áll az EU, amely úgy gondolja, hogy ez a korlátlan használat tisztességtelen versenyt teremt, egy olyan előny jogosulatlan megszerzését, amely a termék - hosszú távú kollektív befektetés eredményeként létrejött - jó hírnevének kihasználásából származik.

Az Európai Közösség ezen álláspontja az 1992-ben bevezetett 2081/92/EGK számú szabályozásban öltött testet, amely központi jelentőséget tulajdonít a **termék minősége és eredete** közötti kapcsolatnak.

Ehhez a témához kapcsolódóan az EU 5. kutatási keretprogramja keretében (1998-2002) megvalósult kutatási projektek (DOLPHINS, 2000) eredményeit tekintem át a következőkben.

¹ Origin Labelled Products - eredet jelzett termék

3.2.1. A differenciálás fogalma

Az eredetjelzett termékeknek először is különbözőnek kell lenniük az ugyanazon a piacon jelen levő standard termékektől, mivel a szabályozás kimondottan az ezektől való megkülönböztetethez utal. Itt kell megemlíteni a *differenciálás* fogalmát, amelyet az ipari gazdaságelmélet használ. Ez tulajdonképpen a különlegesség (*specifity*) eredeti jelentését fejezi ki: a termék megkülönböztetésére akkor van szükség, ha speciális tulajdonságokkal rendelkezik (amelyek lényegüket tekintve mérhetők) és azt a fogyasztók is észlelik. Ez visszautal a releváns gazdasági piac gondolatához, amely behatárolja a különböző termékeket, amelyeket a fogyasztók egymás helyettesítőiként értelmeznek.

3.2.2. A speciális előállítási mód értelmezése

Több országban a minőségpolitika a földrajzi nevek és kollektív márkák védelmét igyekszik igazolni azzal érvelve, hogy ami őket egymástól valójában megkülönbözteti az a **speciális előállítási módjuk** (ALLAIRE és SYLVANDER, 1996). Ez igaz például az organikus gazdálkodás területén, amelynek a feltételrendszerét rendeletben lefektetett termelési szabályzat határozza meg.

Következésképpen az európai és a nemzeti szintű minőségpolitika és a hozzá kapcsolódó szabályozás hátterében (például Franciaországban) több rejlik, mint egyszerű horizontális differenciálás. **Ahhoz, hogy egy terméket védeni lehessen, különbözőnek kell lennie, de ez a különbözőség, mint meghatározó jelző, mindenek felett a termelés módjához kapcsolódik.**

3.2.3. Az eredet jelzett termékek minőségének értelmezése

Az eredetjelölt termékek esetén a termelés módjára történő utalás ennél is erősebb, mivel a minőséget a következőképpen határozza meg: „**az egy sajátos földrajzi környezetnek köszönhető, annak lényegi természeti és emberi tényezőivel egyetemben**”(PDO). Másik definíció az „**egy speciális minőségből eredő hírnév vagy egyéb jellegzetességek a földrajzi eredetből származnak**”(PGI). SYLVANDER (1999) ezen meghatározásai képezik alapját az **eredet és származás** (egy utóbbi alatt az adott termék előállítási helye - speciális előállítási módjától függetlenül- értendő) **megkülönböztetésének. Az eredetjelzett termékek sikerének kulcsa azonban az, hogy a fogyasztók pozitívan értékeljék azokat, illetve kulturális affinitásuk legyen hozzájuk.** Amikor ezeket a tényezőket hivatalosan is elismerik, a földrajzi jelzésüket védik, akkor válnak ezek a termékek eredetjelzett termékké. Ettől kezdve már **nem csak a termelők vannak tudatában termékeik különleges tulajdonságainak, értékeinek, hanem a fogyasztók is.**

Ezt támasztja alá az információ elmélet.² A fogyasztók oldalán jelentkező információ hiány - az információs aszimmetria – következtében az előállítónál háttérbe szorulhatnak a minőségi szempontok (NELSON, 1970). Ez a folyamat megfordul, ha az előállító felismeri, hogy a termék minőségének javítása hírnevének növekedésével, valamint a fogyasztói bizalom megőrzésével jár (SHAPIRO, 1983).

3.2.4. A tipikusság fogalma

A *tipikusság (tipicity)* fogalmát Franciaországban és Olaszországban használják (SYLVANDER, 2000). Jelenleg két megközelítést tartanak számon: az első egy horizontális jelentés, vagyis a jelölt termék speciális (különböző) és egyedi, tehát egy adott régióra vonatkozik. A második megközelítés vertikális vonatkozású és kiegészíti az első definíciót a meghatározó jellegű tényezőkre fektetve a hangsúlyt, mint a természeti és humán elemek kombinációjára. Ez utóbbiak a humán know-how-hoz kapcsolódnak és nem választhatók el automatikusan a természeti tényezőktől, ezért nem reprodukálhatók: míg a tudást örökölni időben lehetséges bizonyos körülmények között, de nem könnyű átadni térben. **Ebben az értelemben a fogalom kulturális tartalommal is bír** (CASABIANCA-DE SAINTE MARIE, 1997).

A tipikusság, mint kulturális örökség

A tipikus helyi élelmiszereket abból a szempontból is lehet elemezni, hogy az illető területen végzett emberi tevékenység kulturálisan fontos szimbólumai. Az ebben a keretben megfogalmazott politikai kezdeményezések bátorítanak minden civilizált társadalmat arra, hogy vigyázzon kulturális örökségére. A támogatási rendszereknek azonban rendelkezniük kell egy értékelési módszerrel azon termékek és előállítási módok csoportosítására, amelyeket kulturális szempontból jelentősnek tekinthetők (SYLVANDER, 2000).

Ennek során számos probléma merülhet fel, mint például, hogy a megállapított kategóriák túl lazák, kulturális szempontból jelentéktelen termékeket is tartalmaznak, vagy túl merevek, nem érzékelik a kulturális jelentőség helyi értelmezési variánsait.

Például az Egyesült Királyságban az iparosodás és agrárpolitikai döntések olyan termékek megjelenését eredményezték, amelyek nem a paraszti gazdálkodásban gyökereznek, de amelyeknek vannak az adott régió társadalmá által történetileg kialakult jellegzetességei.

² Nelson (1970) három fajta terméket különböztet meg az élelmiszerek piacán, annak függvényében, hogy a fogyasztó mennyire tudja a vásárlás pillanatában beazonosítani a termék minőségét a rendelkezésre álló információk alapján: ismert javak, tapasztati javak, elismert javak. A harmadik eset, mikor a fogyasztó még a felhasználás után sem lehet biztos a minőségben, adja az információs aszimmetriát, amelyet csak kommunikációval lehet feloldani.

Tehát a tipikusság-dimenziói országonként eltérőek, ezért felmerül a kérdés, hogyan lehetne azokat a kulturális szempontból jelentős élelmiszerek osztályozásánál használni. Úgy tűnik, hogy minél többfajta értelmezése létezik az olyan kifejezéseknek, mint a hagyományos, a különleges, vagy az egyedi, annál nehezebb hatékony meghatározását adni a tipikusságnak.

Azok a politikai kezdeményezések, amelyek kizárólag a társadalmi-gazdasági célokat tartják szem előtt, és nem ismerik fel a tipikus helyi termékek marketing vagy helyi fenntarthatósággal kapcsolatos értékeit, a társadalmi hasznosság előállításának akadályozását kockáztatják (TREGGAR, 1999).

A tipikusság, mint marketing eszköz

A tipikusságot értelmezhetjük úgy, hogy az a területi identitástudattal rendelkező fogyasztók számára vonzó termékjellemzőknek összességét jelenti.

Így a tipikusság egy olyan marketingeszközzé válhat, amelyet a termelők és előállítók csoportosulásai arra használhatnak, hogy terméküket megkülönböztessék a szokványos termékektől többletértéket hozzáadva, és ezáltal piaci pozíciójukat javítva. Így helyes gazdaságpolitikával és a piac erejét kihasználva, olyan termelők részesülnek támogatásban, akik másképpen versenyhátrányban lennének.

A tipikusság, mint a helyi fenntarthatóság eszköze

Ebben az értelmezésben a tipikus helyi termékeket úgy határozzák meg, mint amelyek rövid kínálati lánc vagy helyi csere hálózatok részeit képezik, tehát a helyi források azon részét képviselik, amelyek helyi fogyasztásra fordítódnak. Azonban nem elég azt feltételezni, hogy a fogyasztók csak azért meg fogják vásárolni a helyi termékeket, mert helyiek. A termékek ilyen jellegzetességeit mindenekelőtt hatékonyan kell bemutatni és kommunikálni, ehhez szükség van megfelelő marketing stratégiára. Továbbá ezt a megközelítést feltétlenül ki kell egészíteni egy társadalmi-kulturális perspektívával.

3.2.5. A regionalitás

A regionalitásnak nagyon sok dimenzióját különböztethetjük meg. Ezek főként az élelmiszer, a régió hagyományai és öröksége, illetve a lakosság közötti kapcsolatokra vonatkoznak (1. táblázat).

A regionális élelmiszerek eredetiként való felfogását befolyásoló tényezőket mutatja be a 2. táblázat.

1. táblázat: Az örökség és a hagyományt meghatározó változók

Örökség/Hagyomány					
Szokások				Helyi	
Foglalkoztatás	Recept	Élelmiszer elkészítés	Élelmiszerszolgáltatás	Éghajlat	Geomorfológia
Jövedelem				Eredeti nyersanyagok	

(Forrás: TREGGEAR et al., 1997)

2. táblázat: Az eredetet befolyásoló változók

Személyi feltételek	Termékkel kapcsolatos tényezők	Helyzeti tényezők
Tudás Tapasztalat	Név Védjegy Megjelenés Csomagolás Leírás	Kiskereskedelmi eladás Élelmezési/ellátási környezet Látogató/Turista

(Forrás: TREGGEAR et al., 1997)

Ahhoz, hogy egy élelmiszert valóban regionálisként értékeljenek, a termék megfogható fizikai tulajdonságainak összhangban kell lenniük az észlelés lélektani szintjén azonosított hagyományérzettel (TREGGEAR, 1999). A regionális élelmiszereket elkészítési módjuk különbözteti meg a szokványos termékektől, elkészítésükhöz sok időre, tudásra és ügyességre van szükség (know-how).

A regionális (helyhez kötődő vagy tájjellegű) termékek sikerességének két alapvető feltétele van: a fogyasztók képesek azonosulni a termék által közvetített regionalitással, illetve alapvetően vonzódnak a jellegzetesen regionális élelmiszerekhez. Fontos még, hogy a termék csomagolása, reklámja és jelölése is közvetítse a fogyasztó számára a regionalitást (SYLVANDER, 1999).

Bár a kutatások szerint a regionális termékek népszerűek, a fogyasztók mégis hajlamosak úgy látni azokat, mint amelyek mögött nincs elég tapasztalat. További kutatásokra van szükség ahhoz, hogy kialakítsák a tudatosság minimális szintjét a fogyasztókban, és hogy megértessék velük, mit is jelent pontosan a regionális élelmiszerek fogalma. Enélkül a termelők nem lesznek képesek a termeléssel és marketing stratégiával kapcsolatos döntéseket meghozni. Továbbá szükséges még több információt gyűjteni a fogyasztók tipikus regionális termékekkel kapcsolatos észleléséről és preferenciáiról. A fogyasztói preferencia vizsgálatok eredményeiről a termelőket is tájékoztatni, hogy megfelelő marketing stratégiát tudjanak kidolgozni.

3.2.5. Az eredetjelzett termékek támogatási lehetőségei

Élelmiszergazdaságunk versenyképességét – BALASSA (1966) „megnyilvánult komparatív előny” (RCA) mutatójának értelmében – külpiaci és belső részesedés megtartása vagy növelése esetén tartjuk kedvezőnek. Ennek megvalósítása érdekében minden EU által nyújtott támogatási lehetőséget hatékonyan ki kell használnunk a jövőben.

A földrajzi árujelzőkkel kapcsolatos támogatási forma WTO által elfogadott ún. zöld dobozos támogatási rendszerbe tartozik, ezért nem esik csökkentési kötelezettség alá. Ha a hazai zöld dobozos támogatások jogcímeit vizsgáljuk, megállapítható, hogy majdnem teljesen megegyeznek a nemzetközivel. A probléma azonban ott vetődik fel, hogy nagyon alacsony e támogatások aránya az összes támogatásokban. ORBÁNNé et al (2001) tanulmánya szerint: „... a zöld dobozos támogatások aránya alacsony az összes támogatásból, annak 24 %-a, míg számos vizsgált országban eléri a 70-90 %-ot.” Ezek szerint a hangsúlyt a jövőben e támogatások növelésére és új támogatási formák bevezetésére kellene fektetni. A keret lehet éppen a zöld dobozos támogatási forma, melyen keresztül lehetőség nyílik, akárcsak az EU országaiban, a piacra jutási információk elérhetőségének szélesítésére, a földrajzi eredetvédelem igazolásához szükséges háttér kiépítésére, az árujelzés költségeinek támogatására. Ezek kiépítésében és használatában az uniós tagok jóval előttünk járnak. Ezeknek a támogatási formáknak a jövőben nagyobb szerepet kell kapniuk a magyar agrárpolitikában. Ennek a fontosságára egy spanyolországi esettanulmány tanulságai is felhívják a figyelmet.

Spanyolországban az uniós csatlakozástól (1986) kezdődően folyamatosan csökkent a fűszerpaprika termelés: 30 ezer tonnáról (1985) 5 ezer tonnára (1996). Ugyanakkor az alapanyag import (nem zúzott, nem őrölt félkész-termék) meredeken nőtt, 2001-ben elérte a 21 ezer tonnát³. Az elemzők szerint az alapanyag import kényszerét a déli félteke olcsó termékeinek megjelenésével általánosan csökkenő exportárak okozták, de a bevétel drasztikus emelkedése az alacsony uniós vámvédelem és az alapanyag termelés veszélyeztetettségét fel nem ismerő, ezért nemzeti támogatásokat nem alkalmazó agrárirányítás következménye volt. Azóta azonban Spanyolország fő paprika termesztési körzetében a válságból való kilábalás jelei már mutatkoznak, a termelés csökkenésének üteme megállt. A fűszerpaprika termőterülete és az örlemény termelésének mennyisége folyamatosan nő. Ennek magyarázatát a La Vera körzetben alkalmazott füstöléses technológia eredetvédelme adja. Az eredetvédelemmel ellátott

³ Spanyol mezőgazdasági minisztérium adatai alapján

termék magasabb áron értékesíthető, ezáltal a fűszerpaprika termesztés jövedelmezősége javult⁴. Mivel a fűszerpaprika nem tartozik az EU-ban a termelési támogatásban részesülő termékek közé, ezért a földrajzi árujelzőkkel kapcsolatos támogatási forma (zöld dobozos támogatás) alkalmazható csak. Magyarország fűszerpaprika termesztése számára is ez a megoldás jelentheti a kitörési pontot.

3.3 Iparjogvédelmi oltalmi formák Magyarországon

A következőkben áttekintem a mezőgazdasági és élelmiszeripari termékeket érintő egyes oltalmi formákat, különös tekintettel a védjegyekre és földrajzi árujelzőkre vonatkozó főbb szabályokra.

A Magyar Szabadalmi Hivatal a szellemi tulajdon védelmének országos hatáskörű szerve. A Hivatal többek között a következő (3. táblázat) iparjogvédelmi oltalmi formák ügyeit intézi:

3. táblázat: Iparjogvédelmi oltalmi formák

Oltalmi forma	Jogszabály
A találmányok szabadalmi oltalma	A találmányok szabadalmi oltalmáról szóló 1995. évi XXXIII. Törvény
Formatervezési mintaoltalom	A formatervezési minták oltalmáról szóló 2001. évi XLVIII. törvény
Védjegyoltalom	A védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény
Földrajzi árujelzők oltalma	A védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény

Valamennyi oltalmi formában a lajstromozás a Hivatal hatáskörébe tartozik. A lajstromozás iránti kérelmet a vonatkozó alaki szabályoknak megfelelően a Hivatalban kell benyújtani. Az egyes oltalmi formákban az eljárásért bejelentési díjat kell fizetni. Szabadalmi oltalom esetén a szabadalmasnak az oltalom fenntartásáért meg kell fizetnie a jogszabályban előírt fenntartási díjat is. A védjegyoltalom, a földrajzi árujelző oltalma és a formatervezési mintaoltalom esetén azonban csak a jogszabályban előírt bejelentési díjat kell megfizetni.

Az egyes iparjogvédelmi oltalmi formák biztosítják a jogosult részére az adott oltalom tárgyának kizárólagos hasznosítási jogát (SZABÓ, 2002).

⁴ Rövid elemzés a magyar fűszerpaprika várható helyzetéről az EU csatlakozás után (AKII, Budapest 2002)

3.3.1. Védjegyek

A védjegy az egyik legfontosabb árujelző, amely az egyes áruk és szolgáltatások azonosítására, egymástól való megkülönböztetésére, a fogyasztók tájékoztatásának elősegítésére szolgál. Ezért a védjegy a vállalkozói jó hírnév, a piaci elismertség és tekintély hordozója.

A védjegyoltalomban részesülő megjelölés lehet:

- szó, szóösszetétel, beleértve a személyneveket, és a jelmondatokat,
- betű, szám,
- ábra, kép,
- sík vagy térbeli alakzat, beleértve az áru vagy csomagolás formáját,
- szín, színösszetétel, fényjel, hologram,
- hang, valamint
- a felsorolt egyes megjelölések összetétele.

Speciális védjegyfajta az együttes védjegy és a tanúsító védjegy:

Az **együttes védjegy** olyan védjegy, amely valamely társadalmi szervezet, köztestület vagy egyesülés tagjainak áruit vagy szolgáltatásait különbözteti meg mások áruitól vagy szolgáltatásaitól a minőség, a származás vagy egyéb tulajdonság alapján. Együttes védjegy esetén a megjelölés védjegyoltalomban részesülhet akkor is, ha kizárólag az áru vagy a szolgáltatás földrajzi származásának feltüntetéséből áll. A védjegyjogosult társadalmi szervezet, köztestület vagy egyesülés tagsága csak a védjegy használatára jogosult a törvényben előírt követelményeknek megfelelő szabályzat szerint.

A **tanúsító védjegy** meghatározott minőségű vagy egyéb jellemzőjű árukat e minőségük vagy jellemzőjük tanúsításával különböztet meg más áruktól vagy szolgáltatásoktól. A tanúsító védjegy jogosultja maga nem használhatja a tanúsító védjegyet, hanem annak használatát engedélyezi a szabályzatban előírt minőségi követelményeknek vagy egyéb jellemzőknek megfelelő árukkal vagy szolgáltatásokkal kapcsolatban.



A mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek vonatkozásában jelentős tanúsító védjegy a „KIVÁLÓ MAGYAR ÉLELMISZER” színes ábrás tanúsító védjegy.

A védjegybejelentés benyújtása önmagában még nem jelent védjegyoltalmat. A védjegyoltalom a bejelentés napjára visszaható hatállyal a lajstromozáskor keletkezik. A védjegy lajstromozására a bejelentést követő alaki és érdemi vizsgálat után kerülhet sor. A lajstromozott védjegy Magyarország területére nyújt oltalmat.

4. táblázat: A védjegy oltalom fő szabályai

	Védjegyoltalom
Az oltalom feltételei	Grafikailag ábrázolható. Megjelölés, amely alkalmas arra, hogy valamely árut és szolgáltatást megkülönböztessen mások áruitól vagy szolgáltatásaitól.
Az oltalom időtartama	A bejelentés napjától számított 10 évig tart.
Megújítás	Az előző oltalmi idő lejáratát követő naptól kezdődő további 10-10 éves időtartamokra.
Az oltalom tartalma	A védjegyjogosult kizárólagos használati joggal rendelkezik, amelynek alapján bárkivel szemben felléphet, aki engedélye nélkül gazdasági tevékenység körében: - a védjegy árujegyzékében szereplő árukkal, illetve szolgáltatásokkal azonos árukon és szolgáltatásokon a védjeggyel azonos megjelölést használ, - a védjegy azonossága vagy hasonlósága, valamint az érintett áruk vagy szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága miatt a védjeggyel összetéveszthető megjelölést használ, - a védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölést a védjegy árujegyzékében szereplőkkel nem azonos vagy azokhoz nem hasonló árukkal, illetve szolgáltatásokkal kapcsolatban használ, feltéve hogy a védjegy belföldön jóhírnevet élvez és a megjelölés használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a védjegy megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét.

A védjegyek nemzetközi lajstromozása

Magyarország 1909. óta részese a védjegyek nemzetközi lajstromozására vonatkozó Madridi Megállapodásnak. A Madridi Megállapodás, illetve az azt kiegészítő 1989-ben aláírt Madridi Jegyzőkönyv alapján a Magyar Szabadalmi Hivatalnál benyújtott bejelentéssel – a bejelentő által kiválasztott tagállamokban (összesen 69 tagállamban) – lehet nemzetközi védjegyoltalmat kérni.

A közösségi védjegy az Európai Unió egész területére nyújt oltalmat. Az Európai Közösség Harmonizációs Hivatalánál magyar bejelentők jelenleg is benyújthatnak közösségi védjegy oltalom iránti igényt, mivel Magyarország tagja a Párizsi Uniók Egyezménynek.

3.3.2. Földrajzi árujelzők

A védjegyek és a földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény szabályozza a földrajzi árujelzők oltalmának feltételeit is.

A földrajzi árujelző lehet eredet-megjelölés és földrajzi jelzés. Az eredet-megjelölés esetében a termék minősége, tulajdonságai és a földrajzi környezet között közvetlen és elválaszthatatlan kapcsolatnak kell lennie. A földrajzi jelzés esetében ez a kapcsolat esetleges a termék a természeti és emberi tényezőktől függetlenül köszönheti hírnevét és tulajdonságait a földrajzi környezetnek (5. táblázat).

5. táblázat: A földrajzi árujelző főbb szabályai

	Földrajzi árujelző
Az oltalom feltétele	Földrajzi jelzés: valamely táj, helység, kivételes esetben ország neve, amelyet az e helyről származó – a meghatározott földrajzi területen termelt, feldolgozott, illetve előállított – olyan termék megjelölésére használnak, amelynek különleges minősége, hírneve vagy egyéb jellemzője lényegileg ennek a földrajzi származásnak tulajdonítható. Eredetmegjelölés: valamely táj, helység, kivételes esetben ország neve, amelyet az e helyről származó – a meghatározott földrajzi területen termelt, feldolgozott, illetve előállított – olyan termék megjelölésére használnak, amelynek különleges minősége, hírneve vagy egyéb jellemzője kizárólag vagy lényegében az adott földrajzi környezet, az arra jellemző természeti és emberi tényezők következménye.
Az oltalom időtartama	Az oltalom a lajstromozáskor keletkezik a bejelentés napjára visszahatató hatállyal. Az oltalom korlátlan ideig tart.
Az oltalom terjedelme	A jogosultnak kizárólagos joguk van a földrajzi árujelző használatára. A földrajzi árujelzőt csak a jogosultak használhatják, arra másnak használati engedélyt nem adhatnak.

A földrajzi árujelzők lajstromozásával kapcsolatban **lényeges szabály**, hogy a földrajzi árujelző **bejelentője nem szerez kizárólagos jogosultságot** a földrajzi árujelzőre. A lajstromozott földrajzi árujelző használatára az adott földrajzi területen az elfogadott termékleírásban foglalt feltételeknek megfelelő terméket előállító valamennyi termelő jogosult. Ezért **célszerű, ha a termelők közössége tesz bejelentést.**

A mezőgazdasági termékek és az élelmiszerek földrajzi árujelzői csak akkor részesülhetnek oltalomban, ha a termékek megfelelnek a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek földrajzi árujelzőinek oltalmára vonatkozó részletes szabályokról szóló 87/1998 (VI. 6.) Korm. rendeletben szabályozott termékleírásnak és ellenőrzési feltételeknek is.

A kiélezett piaci versenyben a termelőknek alapvető érdeke, hogy a fogyasztók tájékoztatása és saját termékeik védelme érdekében megismerjék a különböző

iparjogvédelmi oltalmi formákban rejlő lehetőségeket. Egy bejelentés megtétele előtt célszerű kutatást végezni, hogy az adott megjelölés, illetve földrajzi árujelző oltalomképes-e, illetve nem rendelkezik-e már más oltalommal vagy korábbi elsőbbséggel.

3.4. Az élelmiszergazdaság versenyképessége

3.4.1. Az élelmiszergazdaság fogalma

A mezőgazdaság és az élelmiszeripar szorosan kapcsolódik egymáshoz, ezért nem vizsgálhatjuk elkülönítve, hanem indokolt együttes elemzésük. Így alakult ki az élelmiszergazdaság fogalma, amely

- szűkebb értelemben a mezőgazdaságot és az élelmiszeripart,
- tágabban értelmezve a mezőgazdaságot, az élelmiszeripart és az élelmiszerkereskedelmet (élelmiszerforgalmazást) foglalja magában.

Ezzel a rendszerszemléletű megközelítéssel HAJDU és LAKNER (1999) az élelmiszergazdaságot, a mezőgazdaság és az élelmiszeripari feldolgozás egységes rendszerének tekintik, amelynek bemenetei (inputok) a mezőgazdasági és élelmiszeripari termeléshez szükséges eszközök, élőmunka és információk; kimenetei (outputok) pedig a mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek és szolgáltatások.

Az agribusiness fogalma az 1950-es években alakult ki az Amerikai Egyesült Államokban. Az agribusiness az élelmiszergazdaságon kívül a hozzá kapcsolódó szakágazatokat (ellátó ágazatokat is) magában foglalja (TRACY, 1993). Ez a fogalom különösen jól használható a makrogazdasági tervezésben, illetve az élelmiszergazdaság egyes szereplői közötti kapcsolatok leírására.

3.4.2. A versenyképesség

A versenyképesség fogalma a közgazdaságtanból ismert első klasszikus, nemzetközi kereskedelem elméletére a komparatív előnyök törvényére épül. Kidolgozói, Adam Smith (1723-1790) és David Ricardo (1772-1823) szerint minden országnak előnyös olyan termékek előállítására (illetve exportjára) szakosodnia, amelyeknek termelésében a költségek szempontjából kereskedelmi partnereihez képest nagyobb az előnye, mint más termékek előállításánál. A versenyképesség tehát azt jelenti, hogy egy szakágazat képes meglévő nyereséges piacait megtartani, illetve újabb piacokat megszerezni. A szakágazati szintű versenyképesség nem választható el a társadalom és gazdaság egészének állapotától. Hosszú távon az a gazdaság versenyképes, amelynek makrogazdasági mutatói kedvezőek, a gazdaság szereplői ennek tudatában vannak, és a gazdaság nyitottsága is eléggé magas ahhoz, hogy a gazdálkodók folyamatosan szembesüljenek a világpiac kihívásaival.

HARROD a komparatív előnyök törvényét elméletileg kifogástalannak tartotta, mégis meglepően kevés hatása mutatkozik a stratégiai döntések kialakításában. (in: TRACY, 1993). TRACY szerint ezzel szemben a valóságban a nemzetközi kereskedelem, de különösen a mezőgazdasági termékek nemzetközi kereskedelme igen szigorú, a legkülönbözőbb formában jelentkező korlátozásnak van alávetve. A föld maga helyhez kötött, emiatt az egyes termelési tényezők költsége igen erősen eltérhet az egyes országokban.

A versenyképességet befolyásoló tényezők

A versenyképességet befolyásoló tényezőket komplex módon PORTER (1990) határozta meg. Megállapította, hogy egy szakágazat nemzetközi mércével mért versenyképességét négy tényező együttesen alakítja ki:

- erőforrások,
- termelési szerkezet,
- belföldi piac (kereslet, fogyasztói igények),
- kapcsolódó és kiegészítő nemzetgazdasági területek.

HAJDU-LAKNER (1999) a következőképpen összegzi a magyar élelmiszergazdaság versenyképességét meghatározó tényezőket és az abból adódó gazdaságstratégiai teendőket:

Erőforrások

Az erőforrások megléte szükséges, de nem elégséges feltétele a versenyképességnek. Minden országnak ésszerűen ki is kell tudnia használnia erőforrásait. A magyar mezőgazdaság kedvező agroökológiai potenciája nagymennyiségű és jó minőségű termékek előállításának esélyét teremti meg. A magyar mezőgazdaság természeti erőforrásokkal való jó ellátottsága alapján számos olyan komparatív előnnyel rendelkezik, amely kedvező ráfordítás/hozam arány elérését, a versenytársakhoz képest jobb minőségű, illetve különleges minőségű, egyedi, speciális termékek előállítását biztosítja. Ezeknek a kedvező természeti feltételeknek, mint komparatív előnyöknek a megőrzése és kihasználása az élelmiszergazdaság versenyképességének alapvető feltétele. Versenyelőnyt jelentő adottságaink megőrzése érdekében átgondolt gazdasági stratégia kialakítása vált szükségessé. Ennek – dolgozatom témájához kapcsolódó – egyik fontos eleme az egyes termőhelyek adottságai és a termelési szerkezet közötti összhang megteremtése. A versenyképesség biztosítása érdekében napjainkban kiemelkedő fontos feladat a fajta- és eredetvédelem következetes alkalmazása, a tájtermelési rendszer megvalósítása. Eredetvédelmi rendszer nélkül a magyar termékek zöme csak igen olcsó tömegtermékként értékesíthető a piacon. Az egészség- és környezettudatos fogyasztók igényeinek kielégítése érdekében előtérbe kerül a

hagyományos termesztési, technológiai módszerek alkalmazása. Ehhez még rendelkezésre állnak a termelési kultúrából és hagyományokból, hazai szaktudásból (know-how) származó komparatív előnyeink.

Termelési szerkezet

A versenyképes iparszerkezet kialakításához az egyes szakágazatok sajátos feltételeihez és körülményeihez igazodó, differenciált struktúra politika kialakítása szükséges. Míg a tömegtermékeket gyártó szakágazatokban nagyméretű vállalkozások a versenyképesség letéteményesei, a különleges minőségű, egyedi termékek illetve a helyi igények kielégítésében a kis- és középvállalati szférának van jelentős szerepe. A vertikális kapcsolódások továbbfejlesztésével a termékpálya szereplői meghaladhatják egyéni teljesítményüket, ezáltal versenyképességük nő, és a piac változásaira is gyorsabban reagálnak (NASON-ERNYEY, 1992).

A belföldi piac és a fogyasztás

Azok az élelmiszeripari vállalatok versenyképesek hosszútávon, amelyek vagy széles termékskálát nyújtanak, és ezzel a differenciált kínálattal elégítik ki az egyes fogyasztói rétegek változó igényeit, vagy tudatosan törekednek egyik vagy másik fogyasztói csoport (piaci szegmens) fizetőképes keresletének kielégítésére.

BUDAY-SÁNTHA (2001) szerint minden ország agrárgazdasága számára a belső fogyasztás alakulása döntő jelentőségű, mert a legnagyobb és legbiztosabb piacot jelenti. A nemzetközi kereskedelmi láncok térnyerésével azonban jelentősen nőhet az import élelmiszerek mennyisége. Ezért az élelmiszer-marketing egyik legfőbb célja a „fogyasztói patriotizmus” minden lehetséges eszközzel való erősítése. Ha a nagyobb mértékű piacvesztést el akarjuk kerülni, akkor erre a jövőben nagyobb figyelmet kell fordítani.

Az élelmiszerbiztonsági szempontok előtérbe kerülésével is megnőtt a szerepe a minőséget garantáló márkák, védjegyek és földrajzi árujelzők alkalmazásának (pármai sonka, newcastle-i barna sör, szegedi téliszalámi, gyulai kolbász, tokaji aszú, egri bikavér stb.), amelyek a termék eredetére, hitelességére utalnak. Ugyanakkor egyre általánosabb, hogy a nagy áruházláncok termékeik minőségének és biztonságának garantálására saját márkaneveket használnak, melyhez saját minőségbiztosítási és tanúsítási rendszert működtetnek.

A táplálkozásban az egészségtudatosság, környezettudatosság erősödését jelzi a kizárólag természetes anyagok felhasználásával készült élelmiszerek keresletének fokozódása. Fogyasztói szempont ma már az is, hogy a gyártó jelentős szerepet vállal a környezetvédelmi és szociálpolitikai feladatok megoldásában és ezt a termék címkéjén deklarálja.

A kapcsolódó ágazatok

Kiemelkedő szerepe van itt a mezőgazdaság és az élelmiszeripar közötti vertikális integrációnak, az élelmiszer-kereskedelemben bekövetkezett változásoknak, a háttérpiac kapacitásának és az infrastruktúrájának.

Az élelmiszeripar versenyképességének fokozása továbbá elképzelhetetlen **műszaki-technológiai fejlesztés** nélkül. BIACS (1997) szerint a hazai élelmiszer-feldolgozás további fejlődése szempontjából kulcskérdés az innováció, a főleg hazai alapanyagra épülő minőségi termékek előállítás, a minőségbiztosítási és élelmiszerbiztonsági rendszerek alkalmazása, a korszerű táplálkozási igényeket kielégítő termékszerkezet bővítése, a világpiaci tendenciák rugalmas követése, a piaci lehetőségek (piaci rések) kihasználása.

Összefoglalva: Az élelmiszeripar versenyképességét befolyásoló tényezők egymással szoros összefüggésben, kölcsönhatásban állnak. Az élelmiszeripar versenyképességének fokozása csak az élelmiszergazdaság egészének átgondolt fejlesztésével valósítható meg. A piaci versenyképesség fokozása érdekében egyre inkább előtérbe kerül a minőséget garantáló védjegyek és földrajzi árujelzők alkalmazása.

3.4.3. Az európai minőségösztönző politika és a versenyképesség

A Miniszterek Tanácsa 1994-ben hagyta jóvá az EU versenyképességét fokozni kívánó Európai Minőségösztönző Politika (EQPP) kidolgozásának elindítását. A közösségi tevékenység fő célja addig a konformitás megteremtése volt, az áruk szabad áramlásának biztosítása érdekében. Az európai termékek világpiaci versenyképességének fokozása érdekében azonban szükségessé vált egy európai minőségösztönző politika kidolgozása, amely a különböző nemzeti kezdeményezéseknek és projekteknek orientációt és egységes stratégiát ad, kedvező környezetet teremt az üzleti kiválóság eléréséhez.

Az Európai Minőségösztönző Politika keretében a Bizottság által támogatott kezdeményezések (COM, 1996):

- Európai Minőségügyi Platform létrehozása.
- Európai Minőségi Díj kiterjesztése a kis- és középvállalkozásokra.
- Európai Minőségi Hét rendezvénysorozat minden év novemberében.
- Minőségügyi szakemberek európai szintű harmonizált minősítési rendszerének kidolgozása.
- Európai minőségügyi információs adatbázis és hálózat létesítése.
- Európai Vevői Elégedettségi Index (ECI) kimunkálása.

Az utóbbi évtizedben Magyarországon is felmerült az igény egy átfogó nemzeti minőségpolitika kidolgozására, amely keretbe foglalná a nemzetgazdaság minőségügyi fejlesztésének távlatos céljait. A nemzeti minőségügyi program előkészítése során olyan intézkedések születtek, mint:

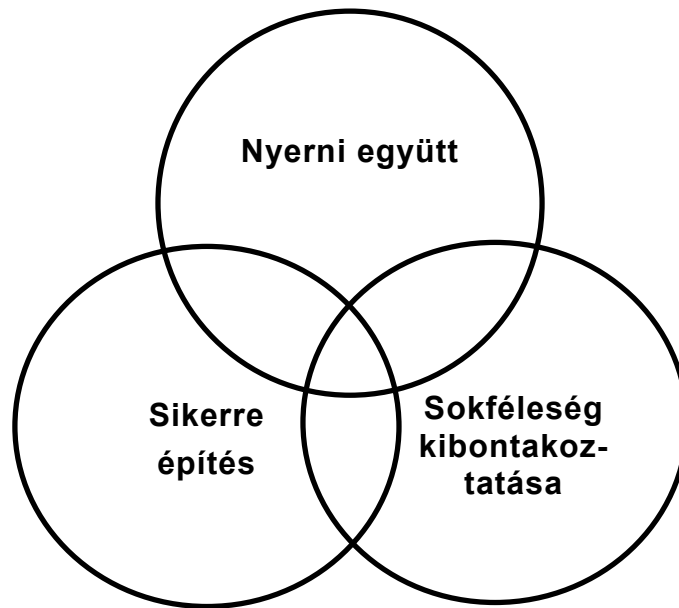
- A Nemzeti Minőségi Díj megalapítása.
- A Nemzeti Minőségi Klub létrehozása.
- Az Ipari és Kereskedelmi Minőségfejlesztési Központ létrehozása.
- Az EU konform minőségbiztosítási rendszerek kialakításának és tanúsításának ösztönzése.
- A teljeskörű minőségirányítás (TQM) bevezetésének segítése.

Az átfogó nemzeti minőségpolitikán belüli ágazati minőségpolitikák sorában példaértékű a magyar élelmiszergazdaság minőségpolitikájának kidolgozása 1996-97-ben. Ez kimondja, hogy ágazati felelősségéből következően a FM középtávon, az ország EU tagságáig terjedő időszakban arra törekszik, hogy a magyar élelmiszergazdaság olyan minőségügyi fejlődést érjen el, mely a majdani EU Egységes Belső Piacán biztosítja termékei minőségi versenyképességét. Az EU tagság következtében minőségi okokból a magyar élelmiszergazdaság összességében nem veszíthet piacot. A minőségpolitika meghatározza a cél megvalósítása érdekében a rövid és középtávú, állami és állami segítséget igénylő feladatokat (RÁCZ, 1997).

ASCENCIO, P. (1998) megállapította, hogy modern, globalizálódó világban állandóan élesedő versennyel és gyors fejlődéssel kell szembenéznünk, ezért folyamatos minőségjavítási stratégiákra van szükség. Minél jobban függ a versenyképesség a minőségtől, annál korlátozottabb a kormányzati szervek szabályozó szerepe. A kormányzat új szerepe ebben a helyzetben az, hogy moderátorként és katalizátorként hasson a gazdasági szereplők közötti partneri kapcsolatokra.

Az Európai Bizottság ezért 1998-ban megbízta az Európai Minőségügyi Szervezetet (EOQ), hogy az új évezredre dolgozza ki Európa minőségi jövőképét. „A minőség európai jövőképe” c. tanulmány értelmében (4. ábra) a sikerorientáltság vagy üzleti kiválóság, a sokféleségek kibontakoztatása, és a „nyerni együtt” elv érvényesülése lesz az európai versenyképesség motorja az új évezredben (EOQ, 2001). A célkitűzés szerint ezen elvek megvalósulása esetén a „MADE IN EUROPE” a „kiválóságot” fogja jelenteni, és a kontinens versenyképessége a világpiacon nőni fog.

Ezeket az alapelveket kívántam a későbbiekben érvényesíteni a HÍR gyűjtemény hasznosítási programjának kidolgozása során is:



**4. ábra: A minőség európai jövőképe Venn-diagramja
(az EOQ (2001) tanulmánya alapján)**

3.4.4. A globalizálódás – regionalizálódás és a versenyképesség

A globalizáció korunk legjelentősebb és legnagyobb piaci kihívása. A nemzeti határok eltűnése növeli a piacrajutási lehetőségeket, fokozza a versenyt. Ennek következtében egyre nehezebb a kis-és középvállalkozások számára sikeresnek maradni helyi, nemzeti vagy nemzetközi szinten. Mindezt jól demonstrálhatjuk például az agrárgazdaság területén. **Az agrárpiacok terén a globalizáció igen előrehaladott.** A mezőgazdasági termelő egységek, a beszerzés vonatkozásában, a takarmánypiacokon, a műtrágya és növényvédő szerek, energia és mezőgazdasági gépek terén globális hálózatú világpiacok működnek. Ezeket az üzletágakat a világszerte tevékenykedő multinacionális szervezetek uralják. De az értékesítési oldalon is egyre inkább bekapcsolódnak a mezőgazdasági üzemek az agrártermékek világpiacába. Miután az Európai Közösség a hetvenes és nyolcvanas években nettó exportórré vált a fontosabb piacokon (gabona, cukor, tejtermékek, marhahús), az agrárpolitikai történéseket egyre inkább befolyásolja a globális piacokhoz való csatlakozás.

Ilyen összefüggésben jelentkeznek a regionalizálódásra irányuló törekvések, azaz a regionális egységek gazdaságilag, kulturálisan és politikailag korlátozott önállóságának fejlődése a túlzottnak vélt globalizáció természetes kiegyensúlyozására. Az élelmiszerek egy bizonyos részét az erős regionális differenciálódású termékekhez tartozónak tekinthetjük, és náluk erősebbek a lokalizálódás előnyei (helyi jellegű termékek). A regionális árujelzők vitathatatlanul konjunktúrájukat élik Európába, ahol értékesítési elgondolásokat, sőt, helyi eredet-megjelöléseket fejlesztenek ki. Ennek okai a regionális és falusi fogyasztási szokások markáns különbségében keresendők, amelyek az erősödő hasonulási tendenciák ellenére napjainkig megőrződtek. Minden

esetben jelentős eltérések mutathatók ki az egyes élelmiszerek és a különböző fogyasztói csoportok között. Általában érvényes, hogy minél magasabb fokon feldolgozott egy élelmiszer, annál kisebb szerepet játszik a nyersanyag eredete, annál inkább bízik a fogyasztó a gyártóban. A mezőgazdasági friss termékeknél azonban a nemzeti vagy regionális eredet fontos értékesítési elv.

A fentiekből az következik, hogy **a regionális élelmiszerpiacnak a fokozódó globalizáció ellenére is van esélye a fogyasztóknál.** De az is levonható tanulságként, hogy az ilyen piacok hiánypótló jellegűek, amelyeknek a nemzeti és nemzetközi piacok mellett bizonyítaniuk kell. Ennek feltétele egy marketingterv vagy átfogó koncepció kidolgozása, amely középpontjába a régió és termékeinek egyediségét állítja és ezt kifelé, a vásárlók illetve szolgáltatók felé jól kommunikálja, de befelé, saját tagjai felé is hatékonyan közvetíti.

BARJOLLE-SYLVANDER (2000) az olaszországi helyzetet elemezve kimutatták, hogy a fogyasztók egyre nagyobb hányada részesíti előnyben a **hagyományos élelmiszereket** (traditional food), melyek kipróbált, időtálló gyártási módszerei garanciául szolgálnak azok élelmiszer-biztonságára.

SINI (2000) szerint a magatartás-formák változását tapasztalhatjuk a fogyasztóknál is. Az újfajta fogyasztási kultúra tulajdonképpen elmozdulást jelent az élelmiszerek egyszerű mezőgazdasági termékeként való szemléletéről a kulturális mozzanatként való értelmezéséig.

A kultúrák iránti érdeklődés elemzése nagyon fontos annak megértésében, hogy hogyan lehetséges olyan piaci rések létrejötte és sikere, amelyet a globalizálódó élelmiszerpiacon figyelhetünk meg. A kifinomultabb fogyasztók visszautasítják a termékek uniformizálódási folyamatát, ennek köszönhetően új termékek jelennek meg a piacon, amelyek nem feltétlenül újak, jelenthetik régi termékek újraélesztését is, amelyek csak a jelenkori fogyasztók számára ismeretlenek (SINI, 2000).

A minőségi termékek kínálatára való áttérés megoldást jelenthet a piac diverzifikációjára irányuló fogyasztói elvárásra. A minőségi termékek már nem tartoznak a nélkülözhetetlen élelmiszerek kategóriájába, esetükben a táplálkozási funkció már nem egyeduralkodó, megjelenik a táplálkozás örömszerző vagy presztízs funkciója is, mint például az egészségtudatos táplálkozás, biotermékek, a kulturálisan hagyományos, innovációs vagy státusszimbólum élelmiszerek. Mindez azt jelenti, hogy a kiváló minőségű élelmiszerek, akár csak a műalkotások, hiteles jelöléssel vannak ellátva, így magas áron értékesíthetők, ez pedig a fogyasztóból kiváltja az un.

Veblen-érzést⁵, ami jellemző a luxustermékek birtoklására. Így tehát részben lehetségessé válik az élelmiszeripari termékek iránti keresleti rugalmatlanság kiküszöbölése, amely főként a termék étkezési funkciójához köthető.

Így az agrár-élelmiszeripari termékek esetén az új piaci rések keresése óhatatlanul összefonódik az egyre növekvő termékdifferenciálás iránti igénnyel, amelyben **a termék különleges minősége maga játszik stratégiai szerepet**, mivel ez tünteti fel új színben a produktumot.

Ezeket az „új” termékeket meg lehet határozni úgy is, mint különleges minőségjellel ellátott és különleges tulajdonságokkal rendelkező termékeket, ami megkülönbözteti őket a tömegtermékektől. Ezek olyan minőségjelek, amelyek mind a nemzeti, mind az európai szinten igazolják az illető termék földrajzi származását vagy speciális jellegzetességeik létezését, vagy azt a tényt, hogy az ökológiai termelés szabályai szerint állították elő őket. A Közösség szintjén ennek megfelelően közösségi politikai eszközöket fejlesztettek ki ezen agrár-élelmiszeripari termékek értékelésére, ezeket majd a későbbiekben ismertetem részletesen.

ITTERSUM (2002) tanulmányában már **megkülönbözteti a tradicionálisan regionális terméket az új regionális terméktől**. Meghatározása szerint a tradicionálisan regionális termék a régióból származó, történeti múlttal és hagyományokkal rendelkező termék. Az **új regionális termék pedig a helyi sajátosságokra és tapasztalatokra alapozva kifejlesztett termék**.

Az igényes fogyasztó a kiváló minőség mellett a vásárlás átláthatóságát és biztonságát is igényli. Erre az elvárására választ az élelmiszerek eredet szerinti megjelölésében találhat. Itt szükséges megemlíteni a biodiverzitás újrafelfedezését a helyi termékek értékdadásában (BESCH et al, 2001).

Az élelmiszervásárlás regionális aspektusának jelentőségét különböző tudományos dolgozatok kutatják. BESCH (2000) a németországi Freising tartományban a megkérdezettek 87 %-nál állapította meg a helyi élelmiszerek iránti preferenciát. Megállapítása szerint az élelmiszerek regionális eredetének a telített piacokon, amelyeken az alaptermékekkel való ellátás biztosított, újabb, kiegészítő fogyasztói igények alakíthatók ki. Az egyik innovatív kezdeményezés a regionális eredet járulékos hasznosítására az élelmiszermarketingben a regionális marketing-konceptió révén ábrázolható. BECKER (2000) átvette ennek a marketing koncepciónak az alapvázát, átalakította azt a regionális aspektusnak megfelelően, kiegészítette saját empirikus kutatásainak eredményeivel és a jogi keretfeltételek számbavételével.

⁵ Veblen (1899) tanulmányozta az ár és a termék, valamint a minőség közötti összefüggéseket, és megállapította, hogy ha egy bizonyos árszint felett nincs összefüggés a szükséglet kielégítése és a fizetett ár között, luxustermékekről beszélhetünk.

Napjaink egyik alapvető paradoxona a globális és regionális dimenzió között feszülő ellentét, a szabad kereskedelem fogalma és az Európai Unió szabályozott belső piacának ellentmondása. Bár fogyasztási szokásainkat kétségtelenül gazdasági rugók mozgatják, a kulturális különbségek e tekintetben is tovább élnek.

A globalizáció-lokalizáció paradoxonjából kivezető utat PORTER (2000) a klaszter elmélet felállításával mutatja meg. A klaszterek, vagyis az egymással kölcsönösen összekapcsolt társaságok, szervezetek, intézmények földrajzi koncentrációjáról tudományosan bebizonyította, hogy jelentős szerepük van a gazdasági fejlődésben. A **klaszterek létrehozása versenyelőnyt jelent**, mely által növekszik a cégek termelékenysége, a résztvevők innovációs képessége és további új üzleti vállalkozások létrehozására ösztönöznek. A kormányzati politikának pedig ezeket a helyi szerveződések minden módon ösztönöznie, támogatnia kell. Az EU-ban ezt a célt szolgálják a regionális politika keretében az Európai Regionális és Fejlesztési Alap (ERDF) támogatásával megvalósuló INTERREG programok.

Az INTERREG Közösségi kezdeményezés célja a transzeurópai együttműködés támogatása az európai térség gazdasági és társadalmi kohéziója, az európai térség kiegyensúlyozott és fenntartható fejlődés, valamint az európai versenyképesség növelése érdekében.

A program teljes költségvetése a 2000-2006-os időszakra 4,875 milliárd euro.

A program három pillére: határmenti együttműködés (A), transznacionális együttműködés (B) és régiók közötti un. interregionális együttműködés (C).

A program egyik fő alapelve a partnerség és az alulról felfelé építkezés. Minden projekt esetében egy un. vezető partner (Lead Partner) - aki általában a projekt uniós kezdeményezője - felelős a pályázat benyújtásáért, a projekt megvalósításáért, valamint a pénzügyi elszámolásért az ERDF felé.

A pályázó és a partnerek csak nem-profitorientált szervezetek lehetnek (önkormányzatok, kamarák, alapítványok, kutatóintézetek, egyetemek, stb.). Regionális partnerek bevonása szükséges, illetve ajánlott és támogatott. Több ország bevonása előnyt élvez, a Bizottság kiemelten támogatja a tagjelölt országok szervezeteinek bevonását a pályázó csoportokba.

4. ANYAG ÉS MÓDSZER

Kutatómunkám során tanulmányoztam az élelmiszerek minőségi előírásaival foglalkozó EU előírások széles körét, majd alkalmazásuk tapasztalatait az Európai Unió tagállamaiban. Az élelmiszer minőségi előírásokon belül kiemelten foglalkoztam a különleges magyar élelmiszerekre alkalmazható előírásokkal, különös tekintettel ezeknek a termékeknek a magyar export szempontjából kiemelkedően fontos szerepére és versenyképességük biztosítására csatlakozásunk szempontjából. A későbbiekben áttekintettem a témában megjelent hazai jogszabályokat, összehasonlítva az EU előírásokkal.

A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek összegyűjtésére irányuló hazai program előkészítéséhez megvizsgáltam az európai gyűjtemény mintájául szolgáló francia gyűjtőmunka módszertanát, kritériumrendszerét, továbbá összevettem azt a brit gyűjteménnyel. Részletes elemzésnek vettem alá a kétéves gyűjtőmunka eredményeként létrejött 300 hagyományos és tájjellegű élelmiszer termékleírását tartalmazó HÍR gyűjteményt ágazati és régiós szempontból.

A gyűjteményből kiválasztottuk a gomolyát, mint hagyományos módszerrel előállított, régióhoz köthető terméket és e termékkel - mint a gyűjtemény reprezentatív termékével - kapcsolatban részletesen vizsgáltuk a fogyasztók körében a termék ismertségét.

A HÍR gyűjtemény 300 termékéből a legtöbb a zöldség-gyümölcs ágazatból származott (110), ezért az EU eredetvédelmi követelményeinek való megfeleltetés vizsgálatát erre a termékcsoportra, a közülük - meghatározott szempontok alapján - kiválasztott 11 termékre koncentráltuk.

Végül a gyűjtemény hasznosítási programjának kidolgozásához az EU támogatási rendszerét vizsgáltam meg.

A kutatás során a kitűzött **célok megvalósításához a következő módszereket** választottam:

A kutatómunka elméleti szakaszában, a **szakirodalmi feldolgozás** keretében a vonatkozó korszerű nemzetközi és hazai tapasztalatok és kutatási eredmények széleskörű feldolgozása valósult meg.

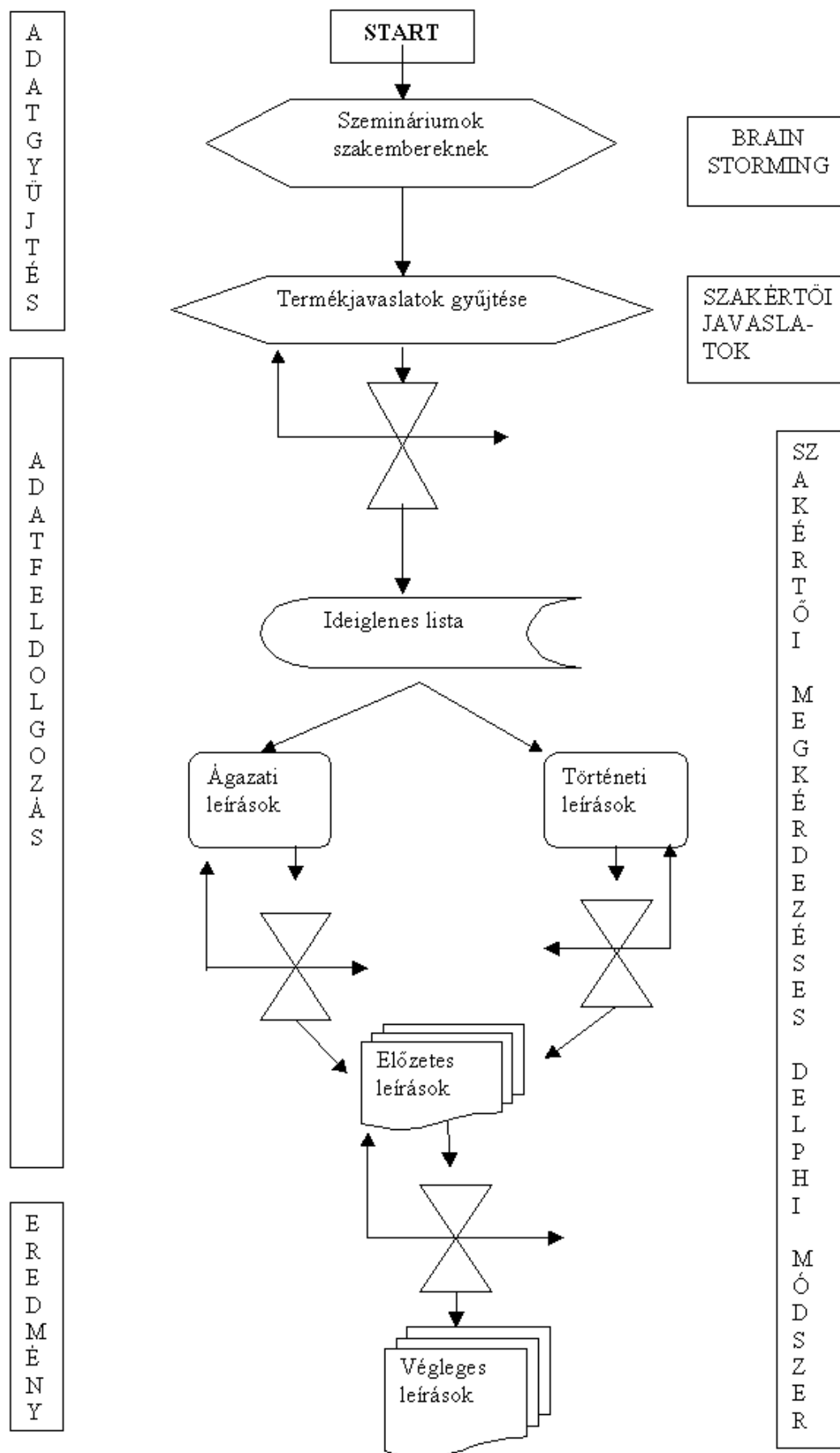
A kutatómunka első szakaszában folyt a vonatkozó EU jogszabályok **jogi hatáselemzése**, amely a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek eredetvédelmének és hagyományos különleges tulajdonságának jogi és intézményi kereteinek feltárására irányult. Ez a kérdéskör megkövetelte az élelmiszerek minőségi előírásaival foglalkozó EU előírások széles körének megismerését, majd alkalmazásuk tapasztalatainak összegezését az Európai Unió tagállamaiban.

A jogi hatáselemzés során szerzett tapasztalatok és ismeretek nyomán a későbbiekben **kritikai elemzést végeztem** a megjelent hazai jogszabályok és az EU előírások között abból a szempontból, hogy a hazai jogszabályok mennyiben felelnek meg az EU szabályozásnak, és képesek-e biztosítani a magyar termékek eredetvédelmét és hagyományos különleges tulajdonságuk tanúsítását. Ez az elemzés tulajdonképpen az EU jogszabályok hazai alkalmazásával kapcsolatos további kutatási feladatok feltárására irányult.

A kutatási program keretében több külföldi tanulmányút során volt lehetőségem a jogszabályok gyakorlati alkalmazásának **tanulmányozására** az Európai Unió tagországaiban.

A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek összegyűjtésére irányuló hazai program előkészítéséhez **összehasonlító elemzést végeztem** a már meglévő gyűjtemények (francia, brit, német, stb.) között, amely elemzések közül a munka során a francia és a brit tapasztalatok bizonyultak a leginkább hasznosíthatónak. A vizsgálat és az összehasonlítás során elsősorban a gyűjtőmunka módszertanát, kritériumrendszerét igyekeztem feltárni.

Az elméleti előkészítő munka nyomán nyilvánvalóvá vált, hogy a magyarországi hagyományos és tájjellegű élelmiszerek összegyűjtése, a gyűjtemény komplex jellege miatt, csak több fordulóban és különböző kutatási módszer alkalmazásával valósítható meg. A gyűjtőmunka különböző szakaszaiban a célnak megfelelően kiválasztott módszereket és azok egymásra épülését mutatja be a következő folyamatábra (5. ábra).



5. ábra: A gyűjtőmunka során alkalmazott módszerek

A **brain storming** módszerét a gyűjtőmunkát előkészítő szakaszában alkalmaztam. 1998. júniusában és júliusában **szakmai szemináriumokat** szerveztem, amelyeken több mint 120 szakember vett részt. A szakemberek széles körére kiterjedő és intenzív brain storming eredményeképpen körvonalazódott a gyűjtemény várható nagyságrendje, hogy a program eredményeként legalább 300-400 tájjellegű, hagyományos élelmiszerből álló magyar gyűjtemény létrejöttére számítottunk.

A termékjavaslatok összegyűjtésére a **szakértői vélemények kérdőíves begyűjtésének módszerét** alkalmaztam. Ez a módszer lehetővé tette a termékjavaslatok olyan jellegű csoportosítását és feldolgozását is, ami a későbbiek során az adatbázis kialakítását és a könnyebb adatkezelést megkönnyítette. A munka során - az adatbázis későbbi könnyen kezelhetősége érdekében - egy egyszerűsített kérdőívet készítettem (6. táblázat).

6. táblázat: Javaslat az ideiglenes listán szereplő termékekre (minta)

	Termék megnevezése	Termék/ágazat meghatározása	Tájegység/régió meghatározása	Beküldő
1.	Tökmagolaj	Növényi olajok	Őrség	
2.	Teasajt	Tejtermékek/sajtok	Csermajor	
3.	Vecsési savanyú káposzta	Tartósított term./savanyúságok	Vecsés és környéke	
4.	Szatmári szilvalekvár	Tartósított termékek	Szatmár vidéke	
5.	Kecskeméti barackpálinka	Szeszesitalok	Kecskemét és vidéke	
6.	Gyulai kolbász	Húskészítmények/Kolbászok	Gyula és környéke	
7.				
8.				
9.				

A gyűjtés egységes szempontok szerinti megvalósítása érdekében egyoldalas termékleírás elkészítését kértem a javaslattevőktől, amelyben a javaslat elbíráláshoz szükséges termékjellemzőket kellett tömören megfogalmazniuk (7. táblázat).

7. táblázat. Termékleírás a bővített kritériumrendszer alapján

A termék azonosítása
1.1. Régió.
1.2. Ágazat.
1.3. Elnevezés.
1.3.1. Más elnevezés.
1.4. Változások.
1.5. Leírás.
1.5.1. Forma, szín, tömeg.
1.5.2. Összetétel.
1.6. Különleges, egyedi jellemzők.
Történet
Eredet, mennyi ideje jegyzik a terméket, anekdota, művek, amelyekben idézik a terméket, stb. Ezt összefüggő, szöveges formában kell elkészíteni.
Felhasználás: Mikor, hogyan, hol
Létezik-e valamilyen baráti társaság, egyesület vagy klub a termék népszerűsítésére?
Különleges tudásanyag
Termesztési vagy tenyésztési, esetleg alapanyag kiválasztási módszerek.
Betakarítási, tárolási módok, vagy az alapanyag felhasználásának különleges módszerei.
Feldolgozási eljárások (főzés, keverés, melegítés, hűtés, mindegyik fázis ideje (T) és hőfoka (°C)).
Csomagolási módok (darabra, csoportonként, milyen külalakban, csomagoló anyagban, színben, stb.).
Általános besorolás
Gazdaság
Termelés mennyisége évente.
Termelők száma.
Termelés/árusítás időszaka, periódusa.
Hely (termelőhelyek, falu, város, megye, régió).
Jogi helyzet (bejegyzett márkanév, védjegy, földrajzi árujelző, oltalmi idő).
Címek: 2 vagy 3 termelőé vagy szakmai szervezeté
Bibliográfia/nemzeti, nemzetközi/

A gyűjtemény összeállítása volt a gyűjtőmunka legnehezebb, legkomolyabb, elmélyült szakmai munkát igénylő szakasza. Megvalósításához a **szakértői megkérdezés módszerét** választottam (**Delphi módszer**). Ez a szakértői véleményeket több fordulóban begyűjtő módszer a termékleírások összegyűjtésére kiválóan megfelelt, mert a visszacsatolási lehetőség révén biztosította az összegyűjtött anyag szűrését, finomítását. Az elkészült termékleírásokat a Tudományos Bizottság tudományos (ágazati és történeti szempontból) értékelte. További szűréseket végzett az előzetes termékleírásban foglaltak alapján a követelményrendszernek való megfeleltetéssel. Ezután került sor a szűrés után fennmaradó termékleírások véglegesítésére, különös tekintettel az európai gyűjtemény kritériumrendszerének való megfeleltetésre.

A kétéves gyűjtőmunka eredményeként létrejött HÍR gyűjtemény ágazati és régiós **megoszlását** részletes **elemzésnek** vettem alá ipar-és agrártörténeti szempontból.

A HIR gyűjtemény termékeinek hasznosítása nagymértékben függ azok ismertségétől a fogyasztók körében. Ennek vizsgálatára a gomolyát választottuk, mint hagyományos módszerrel előállított, régióhoz köthető terméket és e termékkel - mint a gyűjtemény reprezentatív termékével - kapcsolatban részletesen vizsgáltuk a fogyasztók körében a termék ismertségét, a fogyasztói magatartást, valamint azt, hogy a sajtufogyasztási szokások mennyire változtathatók a hagyományos termékek javára. A vizsgálatához a **kóstoltatással** egybekötött **fogyasztói kérdőíves felmérés** módszerét alkalmaztuk. A kérdőív kvantitatív jellegű, 16 zárt valamint 1 nyitott kérdést tartalmazott (8.sz.melléklet). A kérdőív kérdéseinek összeállítása tölcsértechnikával történt (SOMOGYI et al. 2002). A válaszok értékeléséhez **többváltozós matematikai-statisztikai módszert, faktoranalízist** alkalmaztunk, amely alkalmas a változók közötti kölcsönös összefüggésen alapuló kapcsolatrendszer vizsgálatára (SVÁB 1979). A faktorok számának meghatározása sajátérték alapján történt. Mivel a sajátérték a faktorhoz kapcsolódó variancia nagyságát fejezi ki, csak azok a faktorok kerültek a modellbe, amelyek sajátértéke nagyobb, mint egy. A faktorok nehezen értelmezhetőek voltak, mert több faktornak is magas factorsúlya volt ugyanazon változóval, ezért ortogonális forgatást alkalmaztunk, ezen belül varimax eljárást.

A kutatómunka befejező szakaszában, a HÍR gyűjtemény termékeiből azok kiválasztása történt, melyek alkalmasak lehetnek csatlakozásunk után az európai eredetvédelemre. A vizsgálatokat a mezőgazdasági szektorok fejlesztéséről és a minőségi termékek ösztönzéséről szóló magyar-francia tárcaközi együttműködés keretében francia és magyar szakemberek bevonásával végeztük, melynek során összesen 65 szakember megkérdezésére került sor. **Szakértői konzultációval** történt vizsgálandó termékek körének meghatározása. Helyszíni **mélyinterjúkkal** a termelők képviselőitől adatgyűjtés folyt a termékek jellemzőiről. Az eredetvédelem szempontjából fontos jellemzők értékeléséhez a **szakértői pontozásos módszert**

használtuk. A pontozással értékelt jellemzők (3P) a következők voltak: az éghajlat és talaj, a szakértelem, a hagyomány és a közismertség, ami elsősorban magát a terméket (Product) jellemzi, továbbá termelési mód, az ár és a piac, ami a termék előállításra (Production), és végül a termelői szerveződés léte és a minőségi jel megszerzése iránti motiváltság, ami a termelőre (Producer) jellemző. Az adható pontszámok 1-től (kedvezőtlen) 5-ig (nagyon kedvező) terjedtek. A 11 termékre vonatkozó pontozásos kérdőívet 5 francia és 5 magyar szakértő töltötte ki.

A pontozásos módszerrel kapott eredmények alapján választottuk ki azokat a termékeket, amelyek európai szintű eredetvédelemre alkalmasak. Az eredetvédelemre megfelelőnek talált termékekre megvalósíthatósági tanulmányának elkészítése **SWOT elemzés** segítségével történt. A helyzetfeltáró módszerek közül az egyik leggyakrabban alkalmazott eljárás a SWOT-elemzés, amely az erősségek, gyengeségek, veszélyek és lehetőségek kategóriáiba rendezi a vizsgált termék legfontosabb jellemzőit. Ezek a kategóriák pedig nagyon jól harmonizálnak a helyzetfeltáráshoz és a kitörési irányok meghatározásához szükséges stratégiai tervezés főbb lépéseivel, ami lehetővé tette a stratégiai javaslatok megfogalmazását. Nagy előnye, hogy képes kezelni különböző szakterületek képviselőinek együttműködését, a multidiszciplinaritást (MADARÁSZ, 2000).

5. KUTATÁSI EREDMÉNYEK

5.1. Az Európai Unió minőségpolitikája és hazai alkalmazási lehetőségei

A Földművelésügyi Minisztérium Európai Integrációs Főosztályának munkatársaként 1992-től fő szakterületem az élelmiszerek minőségügyi jogharmonizációjának koordinálása. Kutatási tevékenységem ehhez kapcsolódóan az első időszakban (1992-1997) az EU horizontális és vertikális élelmiszer minőségi követelményeinek tanulmányozására és hazai alkalmazási lehetőségeik kidolgozására irányult. Kutatómunkám során célul tűztem ki az EU élelmiszer minőség-szabályozása elveinek feltárását, a hazai minőségügyi jogharmonizáció tudományos elveinek kidolgozását. Ezen belül kiemelten foglalkoztam a különleges minőségű mezőgazdasági termékekre és élelmiszerekre vonatkozó közösségi jogszabályok hazai bevezetésének tudományos szempontból történő vizsgálatával, tekintettel ezeknek a termékeknek a magyar export szempontjából kiemelkedően fontos szerepére és versenyképességük biztosítására csatlakozásunk szempontjából.

Az EU közös agrár-és vidékfejlesztési reformprogramjának részeként 1991-1992-ben három alapvető fontosságú rendeletet bocsátott ki az Európai Tanács. Ezek a következők voltak:

2092/91/EGK rendelet	Mezőgazdasági termékek és élelmiszerek biotermelése, valamint jelöléseinek védelme
2081/92/EGK rendelet	A mezőgazdasági termékek és élelmiszerek földrajzi jelöléseinek és eredet megjelöléseinek védelme
2082/92/EGK rendelet	A mezőgazdasági termékek és élelmiszerek különleges tulajdonságainak tanúsítása

Ezek a rendeletek az **európai minőségpolitika fontos eszközei**, amelyek a különleges termékek új ellenőrzési és tanúsítási rendszerének megteremtésével egyaránt szolgálják a fogyasztók és az előállítók érdekeinek védelmét. A rendeletek hatálya alá tartozó termékek előállítási módjának meg kell felelnie a termékspecifikációban rögzített követelményeknek, és ezt a kijelölt ellenőrző szervezeteknek rendszeresen ellenőrizni és tanúsítani is kell. Erre a feladatra kijelölni csak az EN 45011 szabvány követelményeinek megfelelő, akkreditált hatósági vagy magán ellenőrző szervezetet lehet. Magyarországon elsőként tanulmányoztam és publikáltam az EU minőségpolitikájának ezen három alaprendeletét és tártam fel hazai alkalmazási lehetőségeiket (KOMÁROMY-MOLNÁR-PALLÓNÉ, 1992; PALLÓNÉ, 1992)

Kutató munkám során jogi hatáselemzést végeztem erre a három kiemelten fontos minőségi szabályozásra vonatkozóan. Az EGK tanácsi rendeletek szövegét - a

szakirodalmi háttér feltárásával - mélyrehatóan elemeztem, majd különböző EU tagállamokban tanulmányoztam gyakorlati alkalmazásukat. A gyakorlati alkalmazás tapasztalatainak összehasonlító elemzése során különös figyelmet fordítottam a tudományos összefüggésekre, a gyakorlati alkalmazás nehézségeire és az esetleges kritikai észrevételekre is. Ezután a közösségi minőségi előírások hazai alkalmazási lehetőségeire vonatkozóan hatásvizsgálatokat végeztem, melynek során a hazai jogszabályi és intézményi hátteret elemezve javaslatokat tettem a hazai továbbfejlesztés irányára (PALLÓNÉ, 1998b; KISÉRDI-PALLÓ, 1998c).

A három rendelet közül a továbbiakban kettővel kívánok részletesen foglalkozni:

- az eredetvédelemmel, és
- a különleges tulajdonság tanúsításával

foglalkozó közösségi szabályozásokkal.

Ezen előírások különös jelentősége abban áll, hogy az egységes belső piac termékeinek uniformizálódása helyett módot adnak az egyes országok hagyományos termékeinek piaci felértékelődéséhez, a nemzetek, régiók sajátosságait is figyelembe véve.

Hozzájárulnak ahhoz, hogy a fogyasztók körében hitelessé váljanak az eredetre vagy a különleges termelési, ill. előállítási módra utaló jelölések, amelyhez megfelelő minőségi garanciát nyújtanak.

Rendkívül fontos a számunkra, hogy ezen jogszabályok biztosítják a rendszerhez való csatlakozást harmadik országok számára is, amennyiben megfelelnek a rendeletben rögzített feltételeknek. Ahhoz, hogy a magyar termékek is azonos védelemben részesüljenek az EU piacán, alapvető feltétel volt a vonatkozó EK rendeletek honosítása (KISÉRDI-PALLÓ, 1997a).

5.1.1. Az eredetvédelem rendszere az Európai Unióban

Az EU Közös Agrár Politikája nagy hangsúlyt fektet a vidékfejlesztésre. Ennek a programcsomagnak részeként jelent meg 1992-ben a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek eredet-megjelöléseinek és földrajzi jelöléseinek védelmével foglalkozó rendelet (Council Regulation (EEC) No 2081/92). A rendelet célja a tagállamonként különböző nemzeti eredetvédelmi rendszerek összehangolása és a GATT/WTO (Világ Kereskedelmi Szervezet) szellemi tulajdonjogok kereskedelmi vonatkozásairól szóló TRIPS (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) egyezményben rögzített kötelezettségnek a teljesítése volt, a földrajzi árujelzők oltalmára vonatkozó jogi eszközök megteremtésével.

A 2081/92/EGK számú rendelet a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek **földrajzi jelöléseinek** (geographical indications) és **eredet megjelöléseinek** (designations of origin) **védelmével** foglalkozik. A termékkör a borok és szeszesitalok kivételével –

amelyekre külön jogszabály (823/87., 1576/89. EGK sz. rendelet) vonatkozik – gyakorlatilag az összes mezőgazdasági terméket és élelmiszert felöleli. A jogszabály definiálja a földrajzi jelölés és az eredet megjelölés fogalmát, a listára kerülés feltételeit és a védelem jelentőségét.

A jogszabály elfogadását éles vita előzte meg, mivel néhány északi tagállam a Közösségi sémától eltérő koncepcióval rendelkezik a helyi különlegességekkel bíró termékek minősítésére vonatkozóan, és inkább a védjegyek oltalmának kívántak elsőbbséget adni. A rendelet végül kompromisszumos megoldást tartalmaz, mivel a nemzeti védelmi rendszerek megszüntetésére és a Közösségi előírások átvételére átmeneti időszakot biztosítanak, illetve továbbra is lehetővé teszik a tagállamok védjegyekre vonatkozó jogszabályainak közelítéséről szóló 89/104/EGK számú irányelv szerint korábban bejegyzett védjegyek használatát.

A rendeleteket az EK hivatalos lapjának (Official Journal of the European Communities) 1992. július 24-i, L 208-as számában tették közzé, és ettől a dátumtól számított 12 hónappal léptek hatályba.

A földrajzi jelölés és eredet megjelölés védelméről szóló rendelet szerint a földrajzi név használata a termék megnevezésében kétféle formában történhet:

- Védett földrajzi jelölés
(Protected Geographical Indication, rövidítve **PGI**).
- Védett eredet megjelölés
(Protected Designation of Origin, rövidítve **PDO**).



A 2. Cikkely 2/a. pontja szerint az **eredet megjelölése** alatt annak a területnek, speciális helynek vagy – kivételes esetben – országnak a neve értendő, ahonnan a termék származik, és amely földrajzi környezet sajátos természeti és emberi tényezőinek köszönheti alapvetően vagy kizárólagosan a minőségét, továbbá termelése, előállítása és feldolgozása is azon a meghatározott földrajzi helyen történik.

A 2. Cikkely 2/b. pontja szerint a **földrajzi jelölés** alatt annak a területnek, speciális helynek vagy – kivételes esetben – országnak a neve értendő, ahonnan a termék származik, és amely földrajzi származásnak tulajdonítható speciális minősége, hírneve vagy más jellemzője, továbbá termelése és/vagy előállítása és/vagy feldolgozása is azon a meghatározott földrajzi helyen történik.

Az eredet megjelölés követelményrendszere tehát szigorúbb, amennyiben a földrajzi helynek alapvetően meg kell határoznia a termék minőségét, továbbá a termelés, előállítás és feldolgozás valamennyi fázisának az adott helyen kell történnie.

A 3. Cikkely kitér arra, hogy a már általánossá vált földrajzi jelölést vagy eredet megjelölést nem lehet védetté nyilvánítani. Általánossá vált név alatt olyan név értendő, amely habár kapcsolatban áll a termék eredeti termelési vagy forgalmazási helyével, ma már a termék közönséges nevévé vált.

A 4. Cikkely szerint a védett földrajzi jelölés vagy eredet megjelöléshez szükséges részletes termékleírásnak a következőket kell tartalmaznia:

- A termék nevét, beleértve az eredet megjelölést vagy földrajzi jelölést.
- A termék leírását, beleértve a nyersanyagokat, elsődleges fizikai, kémiai, mikrobiológiai és/vagy érzékszervi tulajdonságait.
- A földrajzi terület meghatározását.
- A termék meghatározott földrajzi területről való származásának bizonyítékát.
- A földrajzi környezettel vagy eredettel való kapcsolatot alátámasztó részleteket.
- Az ellenőrzési rendszer részletes leírását.
- A speciális jelölés részletezését (PDO vagy PGI jelzése, vagy az egyenértékű hagyományos nemzeti jelzések).
- A Közösségi és/vagy nemzeti előírásokban rögzített bármely más követelményeket.

Az 5. Cikkely szerint az adott terméket előállítóknak egy csoportja, vagy kivételes esetben egy természetes vagy jogi személy is folyamodhat bejegyzésért. A bejegyzési kérelem annak a Tagállamnak nyújtandó be, ahol a földrajzi terület elhelyezkedik.

A 6. Cikkely előírja, hogy a Bizottság ellenőrizze, hogy a beérkezett bejegyzési kérelem megfelel-e a 4. Cikkely előírásainak. Ezután kerülhet sor az Európai Közösség Hivatalos Lapjában a kérelem főbb pontjainak közzétételére, amely után a 7. Cikkelynek megfelelően bármely Tagállam ellenvéleményt tehet. Amennyiben a kifogást elfogadható érvek támasztják alá, a Bizottság felszólítja az érdekelt Tagállamokat, hogy három hónapon belül próbáljanak egyezsége jutni a vitás kérdésben. Ezután a jegyzékbe vételnek és a védett név közzétételének már nincs akadálya. Ha az érdekelt felek között nem születik megállapodás, a Bizottság dönt a bejegyzésről.

A 10. Cikkely előírása szerint a rendelet hatálybalépését követő hat hónapon belül a Tagállamoknak fel kell állítaniuk a védett nevet viselő termékek ellenőrzési rendszerét. Az ellenőrzési rendszer egy vagy több kinevezett ellenőrző hatóságból és/vagy privát testületből állhat, amelyek az illetékes Tagállam engedélyével rendelkeznek. A Tagállamoknak meg kell küldeniük ezen jóváhagyott hatóságok és/vagy testületek listáját hatáskörük feltüntetésével, amit a Bizottság az EK Hivatalos

Lapjában közzé tesz. Ez a cikkely rögzíti továbbá az ellenőrző szervezetek jóváhagyásának feltételeit, ami magában foglalja az objektivitást és pártatlanságot, a megfelelő személyi és tárgyi feltételek biztosítását. A cikkely 7. pontja szerint az ellenőrzés költségeit a védett nevű termék előállítója viseli.

A 12. Cikkely szerint ezen rendelet harmadik országból származó termékekre is alkalmazható, feltéve, hogy:

- A harmadik ország a 4. Cikkely szerinti termékleírással azonos és egyenértékű garanciákat képes adni.
- A harmadik ország ellenőrzési rendszabályai megfelelnek a 10. Cikkely követelményeinek.
- A harmadik ország a Közösségben érvényessel egyenértékű védelmet tud biztosítani az onnan érkező termékeknek.

A 13. Cikkely szerint a bejegyzett név megvéd mindenféle tisztességtelen gyakorlattól, amellyel a termék valódi eredetével kapcsolatban a fogyasztót megtéveszthetnék.

A 14. Cikkely a földrajzi jelölés, illetve eredet megjelölés és a védjegy bejegyzése közötti viszonyt szabályozza. Eszerint az eredet megjelölés, illetve földrajzi jelölés bejegyzése utáni védjegy bejegyzési kérelmét megtagadják. A korábban jóhiszeműen bejegyzett védjegyek használatát folytatni lehet a védett név regisztrációja ellenére is, ha a védjegy érvénytelenítésének vagy visszavonásának a 89/104/EGK számú irányelv szerint nincs jogalapja. Az eredet megjelölés, illetve földrajzi jelölés nem jegyezhető be, ha a védjegy hírneve és használatának időtartama miatta fogyasztót megzavarná a termék azonosításában.

Az eredet-megjelölésről szóló EK rendelet jogi hatáselemzése alapján megállapítható, hogy a 2081/92 számú rendelet kétféle védett jelölést különböztet meg:

- Az eredet-megjelölés olyan termék megjelölésére használható, amelynek különleges minősége az adott földrajzi környezet természeti és emberi tényezőinek a következménye.
- A földrajzi jelölés azon termék megjelölésére használható, amelynek hírneve az adott földrajzi származásnak tulajdonítható.

A definíciók alapján megállapítható, hogy az eredet-megjelölés meghatározása szigorúbb feltételeket támaszt az adott földrajzi hellyel való szoros kapcsolat bizonyításának követelménye miatt. Azonban a gyakorlatban mindkét jelölés ugyanazt a védelmet élvezzi és azonos marketing értéke van.

A rendelet kitér azokra az általánosan elterjedt nevekre is, amelyek szokásos elnevezéssé váltak a kereskedelmi forgalomban, ezért már nem nyilváníthatók védetté (pl. camembert, emmental, brie, mozzarella, edam, cheddar).

A bejegyeztetést a termék bármely előállítója kérheti, a rendelet követelményeinek megfelelő pontos termékleírást mellékelve. A termékre megszerzett oltalom azonban együttes jogosultságot jelent, így minden előállítót megillet, aki azon a területen a termékleírásnak megfelelő terméket állít elő.

A termékleírásnak való megfelelés ellenőrzésére a rendelet előírásainak megfelelő ellenőrző szervezet jelölhető ki.

5.1.2. A különleges tulajdonság tanúsítási rendszere az Európai Unióban

A hagyományos élelmiszerekre vonatkozó másik fontos EU előírás a különleges tulajdonság tanúsítását szabályozó rendelet (2082/92/EGK). A rendelettel a jogalkotók célja az elmaradott térségek hagyományos termelési módszereket alkalmazó termelőit támogatni abban, hogy a piaci versenyben fenn tudják tartani tevékenységüket, hozzájárulva ezzel az adott tájegység hagyományainak megőrzéséhez, a vidék foglalkoztatási gondjainak enyhítéséhez, a vidéki turizmus fellendítéséhez.

A EK Miniszteri Tanácsa különösen a következő szempontokra való tekintettel hozta meg ezt a rendeletét:

- Bizonyos termelők termékeik piaci értékét azok különleges tulajdonságai alapján kívánják meghatározni.
- A tisztességtelen piaci verseny elkerülése érdekében meg kell teremteni ezen különleges tulajdonságok bejegyzésének rendjét.
- Harmadik országok számára is hasonló feltételeket kell teremteni, illetve az oda szállított termékekre is a Közösséggel egyenértékű védelmet kell biztosítani.
- A különleges tulajdonság meglétét rendszeresen ellenőrizni kell.

A rendelet 2. Cikkelye szerint **különleges tulajdonság** alatt azon jellemző, vagy jellemzőcsoport értendő, amely egy mezőgazdasági terméket, vagy élelmiszert egyértelműen megkülönböztet ugyanazon kategóriába tartozó hasonló terméktől, vagy élelmiszertől. A **különleges tulajdonság tanúsítása** alatt a termék különleges tulajdonságának Közösség által történő elismerése értendő, amely magában foglalja a rendelet szerinti bejegyzést is.

A 3. Cikkely szerint a Bizottság egy jegyzéket állít fel és gondoz azokra az élelmiszerekre, amelyeknek különleges tulajdonságát a rendelet szerint a Közösség szintjén elismerték.

A 4. Cikkely előírása szerint a jegyzékbe kerüléshez a terméket hagyományos nyersanyagok felhasználásával kell termelni, vagy hagyományos összetételűnek kell lennie, vagy hagyományos termelési és/vagy gyártási módnak kell jellemeznie. Nem

jegyezhetők be azok a termékek, amelyek különleges tulajdonsága származásának, vagy csupán technológiai innováció alkalmazásának köszönhető.

Az 5. Cikkely értelmében a bejegyzendő névnek önmagában is különlegesnek kell lennie, vagy ki kell fejeznie a termék különleges tulajdonságát.

A 6. Cikkely szerint a különleges tulajdonság minősítéséhez szükséges részletes termékleírásnak a következőket kell tartalmaznia:

- Az 5. Cikkelynek megfelelő nevet egy - vagy több nyelven.
- A termelési módszer részletes leírását.
- A hagyományos tulajdonság értékelésének szempontjait.
- A termék tulajdonságainak leírását, különös tekintettel a különleges tulajdonsággal összefüggő főbb fizikai, kémiai, mikrobiológiai és/vagy érzékszervi jellemzőkre.
- A különleges tulajdonság minimális követelményeit és ellenőrzésének módját.

A 7. Cikkely szerint az adott termékkel foglalkozó termelőknek bármely csoportja kérelmezheti a különleges tulajdonság bejegyzését. A kérelmet a csoport székhelye szerinti Tagállam illetékes hatóságához kell benyújtani.

A kérelmezési eljárás, az ellenőrzési intézkedések és a bejegyzés visszavonása, továbbá a harmadik országokkal kapcsolatos intézkedések alapvetően megegyeznek a korábban ismertetett 2081/92/EGK számú rendeletben foglaltakkal.

Megemlítenéd még a 12. Cikkely, amely szerint a Bizottság a későbbiekben meghatározza a különleges tulajdonságot tanúsító egységes tanúsító jelet, amely a termék jelölésén, reklámján és hirdetésén használható.

A különleges tulajdonság tanúsításáról (TSG) szóló EK rendelet jogi hatáselemzése alapján megállapítható, hogy a különleges tulajdonság tanúsítása a termék hagyományos jellegének Közösség által történő elismerését jelenti, mely magában foglalja a rendelet szerinti bejegyzést és az EU-ban elfogadott egységes tanúsító jel használatát. A bejegyeztetés menete és az ellenőrzési követelmények hasonlóak az eredetvédelemmel foglalkozó rendeletben foglaltakkal.



5.1.3. Javaslataim az EK rendeletek hazai alkalmazására

A közösségi rendeletek joghatáselemzése alapján – különös tekintettel azok harmadik országokkal foglalkozó cikkelyére – megállapítottam (PALLÓNÉ, 1992b), hogy a rendeletek hazai alkalmazása fokozatosan, a következő feladatok megoldásával valósítható meg:

Tájékoztatás

Először a rendeleteket széles körben meg kell ismertetni az érdekelt mezőgazdasági termelők és előállítók csoportjaival tájékoztatás útján (pl. terméktanácsokon keresztül), továbbá különböző szakmai folyóiratokban megjelenő ismertető cikkek által.

A jelölt termékek listájának kialakítása

Megfelelő termelői érdeklődés esetén össze kell állítani az érintett hazai előállítású termékek (pl. szalámifélék, pirospaprika stb.) listáját.

Lényeges, hogy a listára azok a termékek kerüljenek, amelyek megfelelnek az EK rendeletek követelményeinek és minőségük alapján közös piaci exportra alkalmasak.

Ellenőrzési rendszer kialakítása

a/ A bejegyzési kérelmeket előzetesen hazai szinten elbíráló és az EGK illetékes Bizottságához továbbítandó hatóság kijelölése.

b/ A rendszeres ellenőrzéssel megbízott felelős hatósági és/vagy privát testületek kijelölése.

A feladat ellátására alkalmas lehet egy – FM által kinevezett – szakmai testület vagy szakértői bizottság. A rendszeres ellenőrzésekért felelős hatóság lehet az élelmiszerellenőrző állomások országos hálózata, mivel rendelkezik a rendeletben előírt személyi és tárgyi feltételekkel.

c/ A jóváhagyott ellenőrző szervezetek és hatáskörük listájának felterjesztése a Bizottsághoz az Official Journal-ban való közlésre.

A hazai és EK előírások harmonizációja

További feladat a vonatkozó hazai jogszabályok megalkotása összhangban az EK rendeletekkel. Az Élelmiszer törvény általánosan előírja, hogy az élelmiszer pontos megnevezésében utalni kell az elvégzett speciális kezelésre és az eredetre, ugyanakkor a jelölés nem vezetheti félre a fogyasztót az élelmiszer eredete tekintetében, továbbá nem sugalmazhatja, hogy az élelmiszer különleges tulajdonságokkal rendelkezik, ha más hasonló termék is rendelkezik ezekkel a tulajdonságokkal. Továbbiakban a Magyar Élelmiszerkönyv első kötete jelölésre vonatkozó fejezetének kidolgozása során szintén célszerű beépíteni ezen EK rendeletekkel összhangban álló fogalmakat és meghatározásokat. Ezenkívül, az EK rendelkezések előírásai a Magyar Élelmiszerkönyv második kötetében rögzítésre kerülő védett földrajzi eredetű, illetve különleges tulajdonságú termékek megnevezése és részletes leírása során konkrétan is alkalmazandók.

A bejegyzési kérelmek felterjesztése az Európai Bizottsághoz

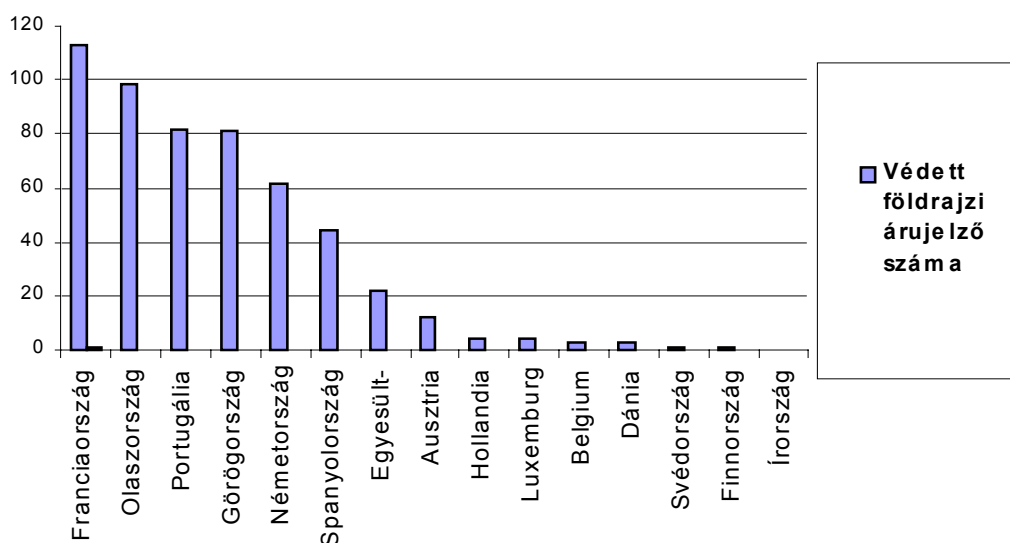
Az előzőekben felsorolt feladatok megoldása után kerülhet sor a védett földrajzi elnevezésű, illetve eredet megjelölésű, valamint a különleges tulajdonsággal rendelkező hazai előállítású élelmiszerek bejegyzési kérelmeinek felterjesztésére az EK Bizottsághoz. A felterjesztéskor számításba kell venni, hogy a bejegyzési kérelmet elbírálásának időtartama első fokon 6 hónap. Ha az előzetes közzétételre nem érkezik ellenvélemény a közzétételtől számított 6 hónapon belül, akkor a bejegyzésre sor kerül. Viszont ha kifogás merül fel, annak kivizsgálás újabb 3 hónapot vesz igénybe. A kérelem benyújtásától számítva tehát egy, de inkább másfél év telik el a bejegyzés hivatalos közzétételéig.

5.1.4. A rendszer bevezetésének tapasztalatai az Európai Unióban

A 2081/92 rendelettel létrehozott eredetvédelmi rendszer iránt rendkívül nagy volt az előállítók érdeklődése az EU-ban. Az Európai Bizottság által 1996. március 6-án elfogadott első listán az 1400 kérelemből 318 védett eredet megjelölés (PDO) és földrajzi jelzés (PGI) került elfogadásra, így például: Orkney Beef, Orkney Lamb (UK), Prosciutto di Parma (Italy), Feta (Greece), Camember de Normandie (France). Az Bizottság által azóta elfogadott listákkal együtt 2000-ig már több mint 600 termék megnevezés került bejegyzésre, ezek között legnagyobb számban sajtok, húsfélék, zöldségek és gyümölcsök szerepelnek. A bejegyzett termékek legnagyobb része Franciaországból, Olaszországból, Portugáliából és Görögországból származik. Ezekben az országokban már korábban is működtek eredetvédelmi rendszerek, így az egyszerűsített eljárás keretében jelentős számban tudták a termék megnevezéseket bejegyeztetni (5. ábra).

A Bizottság felkérésére az International Research Associates (INRA) felmérést végzett az Európai Unióban a fogyasztók földrajzi árujelzőkkel kapcsolatos ismereteiről. Mivel az 1996. márciusában nyilvánosságra hozott eredmények szerint az EU-n belül a fogyasztók 77 %-a nem ismeri az eredet-megjelöléseket és földrajzi jelöléseket, a Bizottság 1996. júniusában népszerűsítő kampányt hirdetett. A program célja, hogy ösztönözze a termékek előállítóit a regisztrációra, felkeltse a kereskedők érdeklődését a termékek iránt és megismertesse ezen jelölések jelentőségét a fogyasztókkal. A programot 3 éves időtartamra tervezték és 8,8 millió ECU-t áldoztak rá. Érdekes megemlíteni a felmérés tagállamonkénti részeredményét, amely szerint az eredet jelöléséről a felmérést megelőzően a megkérdezett fogyasztók 85 %-a hallott Franciaországban, 79 %-a Spanyolországban, 77 % Olaszországban. A középmezőnyben helyezkedtek el az Egyesült Királyság és Németország fogyasztói (33 illetve 27 %). A legkevésbé tájékozottaknak az északi országok fogyasztói bizonyultak (svédok 8 %, dánok 9 %). Ezen adatok szoros összefüggést mutatnak az egyes

tagországok bejegyeztetett termékeinek számával, illetve a nemzeti eredetvédelmi rendszerek létezésével és működésével (KISÉRDI-PALLÓ,1997b).



6. ábra: Védett földrajzi árujelzővel rendelkező termékek száma (2000)

További hazai teendők

A tanulmányút során az EU Bizottságnál szerzett tapasztalatok és információk birtokában a 2081/92 és 2082/92 rendeletek hazai alkalmazásával kapcsolatban a következő feladatok megoldására tettem javaslatot (PALLÓNÉ, 1997m):

Az előzetes terveknek megfelelően – az új Védjegy Törvény 1997. július 1-i hatálybalépését követően – minél előbb kiadásra kerüljön a közösségi rendeleteket honosító Kormányrendelet a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek eredet-megjelöléseinek és földrajzi jelzéseinek védelméről és az FM miniszteri rendelet az élelmiszerek különleges tulajdonságának tanúsításáról.

Az érdekelt előállítókkal minél szélesebb körben megismertetni termékeik piaci elismertségét fokozó ezen új lehetőséget. Ezen tevékenységre jó példa az EU minőségügyi konferenciákon korábban elhangzott ismertető jellegű előadások, az érdeklődő előállítóknak (PICK Szalámi Rt., Makói Hagyma Egyesület, Magyar Ásványvíz Szövetség) nyújtott előzetes konzultációk és tájékoztatók.

Az EU tanácsadással foglalkozó TAIEX Irodájának támogatásával workshop rendezése e témában. Közérthető, a két rendelet lényegét és a kérelmezés módját ismertető kiadvány kiadása az előállítók tájékoztatására, legkésőbb a hazai előírások megjelenésekor a brit mezőgazdasági minisztérium kiadványának (MAFF, 1997) mintájára.

A rendelet megjelenése után a kereskedőknek és a fogyasztóknak az eredetre, illetve különleges tulajdonságra utaló jelekkel való megismertetésére irányuló program beindítása a Közösségi Agrármarketing Centrum által, összehangolva a KÉKI egyik

kutatócsoportja OTKA pályázat keretében a témában folytatott kutatási tevékenységével.

5.1.5. Az eredetvédelem szabályozásának tanulmányozása Franciaországban

A mai értelemben vett élelmiszer eredet-megjelölési rendszer először Franciaországban alakult ki. Egyértelműen mintául szolgált az EU eredetvédelmi rendszerének. Az Ellenőrzött Eredet-megjelölés, AOC (Appellation d'Origine Controlée) koncepciója egy 1935-ből származó törvényerejű rendelettel született meg, létrehozva az „ellenőrzött eredetű” termék kategóriát a borokra és megalapítva a rendszert működtető francia Nemzeti Eredet-megjelölési Intézetet (INAO). Az 1990. július 2-i törvény „Az ellenőrzött eredetű termékekről” az ellenőrzött eredet-megjelölést (AOC) kiterjesztette az összes mezőgazdasági termékre és élelmiszerre (kivéve az ásványvizeket).

A francia eredetvédelmi rendszerben az INAO kizárólagos javaslattevő szerv. Minden egyes Ellenőrzött Eredetmegjelölés az INAO javaslata alapján, nemzeti szinten, a mezőgazdasági és élelmezésügyi miniszterek által hozott rendelet alapján részesül oltalomban. A későbbiekben az INAO folyamatosan ellenőrzi a terméket.

Csak az AOC-ban részesülő termékek pályázhatnak az EU-szintű védelmet jelentő Védett Eredet megjelölésért (AOP, Appellation d'Origine Protégée). A kérelmeket a Mezőgazdasági és Halászati Minisztérium Minőségi Jelek és Biogazdálkodási Hivatal továbbítja az EU felé.

Néhány számadat 2000-ből

- Az AOC minősítés mintegy 120 000 gazdaságot érint és közel 100 milliárd frankos üzleti forgalmat jelent.
- 480 elismert AOC a borok és szeszes italoknál
- 42 elismert AOC a tejtermékeknél
- 21 elismert AOC az egyéb termékeknél

Az AOC iránti kérelmet termelői szervezetek, termelői csoportosulások (termelési, szakmai) nyújthatják be, önmagában egy termelő ilyen kérelmet nem adhat be. Tehát a bejegyeztetés előfeltétele, hogy legyen egy olyan termelői szervezet vagy csoportosulás, amely a termelőket összefogja és őket az INAO-val való kapcsolattartás során képviseli.

Az INAO finanszírozását jelenleg 80 %-ban a francia Mezőgazdasági és Halászati Minisztérium biztosítja. A termelőknek a termék eladási árának egy meghatározott százalékát kell befizetniük az INAO-nak. A minisztérium jelentős mértékű hozzájárulása az intézet finanszírozásához azzal magyarázható, hogy a francia állam kötelességének tartja a nemzeti örökségnek számító termékek fennmaradásának

támogatását, de ugyanakkor elvárja, hogy ehhez a termelők is hozzájáruljanak, hiszen a bejegyeztetett termékek értékesítéséből jelentős hasznuk származik.

Az Ellenőrzött Eredet-megjelölés (AOC) használata nagyon komoly versenyelőnyt jelent más, hasonló termékekkel szemben. Így például a „cayenne”-i paprika termelői ára a bejegyeztetését megelőző 40 frank/kg-ról 200- 400 frank/kg-ra emelkedett, de a fogyasztói ára akár az 1000 frank/kg-ot is elérheti.

Ha az eredet-megjelölést használó termelő nem az előírásoknak megfelelően állítja elő a termékét, vagy termékének minősége nem felel meg a termékleírásban rögzített követelményeknek, akkor az oltalom visszamenőleges hatállyal megszűnik. Az AOC megjelölést jogtalanul használó, hamisított terméket előállítók, vagy forgalmazók ellen az INAO és a termelők közössége külön-külön vagy együtt polgári peres eljárás kezdeményezhet, kártérítést is követelhet.

Az AOC rendszer jelentősen hozzájárul egy-egy vidék –főleg a kedvezőtlen adottságú térségek – megélhetésének biztosításához, a kifejezetten tradicionális, kis mennyiségben, nagy élőmunka-igénnyel termelt különleges termékek előállítását támogatva. Mivel a termék neve minden esetben tartalmaz egy földrajzi megnevezést is, hozzájárul az adott térség gasztronómiájának, turizmusának fejlesztéséhez is.

A Franciaországban kialakult rendszerben a francia Szabadalmi Hivatal nem vonják be az engedélyezési eljárásba. Az adott kérelemmel kapcsolatban a Szabadalmi Hivaltól csak véleményt kérnek, nem ütközik-e a földrajzi árujelző valamilyen védjeggyel.

A nemzeti oltalom Európai Unió területére történő kiterjesztésére a rendelet szerint ugyancsak az INAO tesz javaslatot a minisztériumnak. Az Európai Bizottság által jóváhagyott közel 600 védett eredet-megjelölés és földrajzi jelölés közül 121 Franciaországból származik.

A francia felfogás szerint ezek a megjelölések az állam tulajdonában vannak, s az állam ad használati jogot a termelőknek. A termelőknek ugyanakkor rendkívül fontos szerepük van a termékleírások kialakításában. Az AOP-nak a kereskedelmi forgalomban történő használatához minden termék esetében az INAO hozzájárulására van szükség.

A védett eredet-megjelölések és földrajzi megjelölések használatának ellenőrzése (lényegében a termékek megfelelőségének vizsgálata a termékleírás alapján) három részben történik:

1. A termelők és feldolgozók által végzett kötelező önellenőrzés.
2. Termékcsopontonként akkreditált tanúsító szervezetek által folytatott ellenőrzés.
3. Állami ellenőrzés, ebben az INAO is közreműködik.

Az állami ellenőrzés tulajdonképpen két irányban jelenik meg. Az egyik az INAO, valamint a Minisztérium által végzett ellenőrzés, a másik irány pedig a fogyasztóvédelmi hatósági élelmiszerellenőrzés. Az ellenőrzés eredményeként az INAO valamely termékkel kapcsolatban megállapíthatja, hogy nem megfelelő s ezért nem jogosult az AOC vagy az IGP használatára. Amennyiben pedig a szóban forgó megjelöléseket jogosulatlanul használják, büntető és polgári eljárásnak van helye. Az utóbbi kezdeményezésére – a fogyasztóvédelmi szervezetek és különböző szakmai érdekvédelmi szervezetek mellett – az INAO is jogosult.

A francia tapasztalatok hasznosításának lehetőségei Magyarországon

Az eredet megjelölések és földrajzi jelzések nemzeti szintű oltalmának és a hozzájuk kapcsolódó tanúsítási rendszereknek a franciaországi tanulmányozása alapján a szakemberek együttműködését a jövőben a következő területekre javasoltuk kiterjeszteni (PALLÓNÉ-ÖSZ, 2002):

- Az eredetvédelem ellenőrzési és tanúsítási tapasztalatainak átvétele és hazai adaptálása.
- A termékek eredet-megjelölései EU szintű védelmének elősegítése a HÍR gyűjteményre és a nemzeti eredetvédelmi rendszerre alapozva.
- Regionális programok előkészítése az eredet-és minőségi jelekre érdemes termékek feltárásával.

Az együttműködésbe vonják be a szakmai, termelői szervezetek képviselőit és a regionális szervezeteket is.

5.1.6. Az eredetvédelem új hazai rendszerének bevezetése

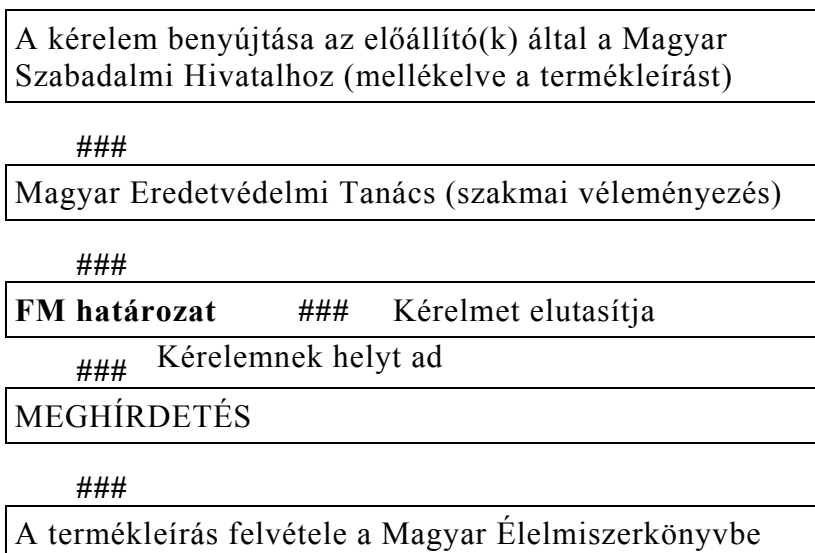
Korábban Magyarországon a földrajzi árujelzők az iparjogvédelem mostoha gyermekei közé tartoztak, nem volt hazai jogintézménye a földrajzi árujelzők oltalmának. A nemzetközi lajstromozás tekintetében egyedül a Lisszaboni Megállapodás említhető, amelynek értelmében 26 termék földrajzi árujelző élvez oltalmat a megállapodást aláíró 17 országban.

Annak érdekében, hogy a magyar termékek egyenértékű védelmét tudjuk biztosítani az EU piacán, alapvető feltétel volt a vonatkozó EK rendelettel összeegyeztetett magyar szabályozás kialakítása. Ennek első lépéseként a védjegyek és földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény 1997. július 1-én hatályba lépett. Ez a törvény elrendelte, hogy kormányrendelet készüljön a mezőgazdasági termékek és élelmiszerek földrajzi árujelzőinek oltalmára vonatkozó részletes szabályokról. Ez a 87/1998. (V.6.) Kormányrendelet az FM és a Magyar Szabadalmi Hivatal gondozásában készült.

A magyar rendelet hatálya - az EGK rendelethez eltérően - kiterjed a borokra és szeszes italokra is. A rendelet meghatározza, hogy a lajstromozási kérelem részét képező

termékleírásnak milyen adatokat kell tartalmaznia. A földrajzi árujelzőkkel kapcsolatos eljárásban a Védjegy törvény alapján a Magyar Szabadalmi Hivatal hatásköre a földrajzi árujelzők lajstromozása. A Kormányrendelet értelmében ezt megelőzően a Magyar Eredetvédelmi Tanács feladata annak elbírálása, hogy a védelemre való bejegyzés engedélyezhető-e. A Tanács szakmai véleménye alapján hozza meg az FM azt a határozatot, amelynek értelmében a Magyar Szabadalmi Hivatal bejegyzí a földrajzi árujelzőt, vagy elutasítja a kérelmet. A bejegyzést az FM hivatalos lapja is közzéteszi, a termékleírás pedig bekerül a Magyar Élelmiszerkönyvbe.

A védett földrajzi árujelzők használatának ellenőrzését - az Élelmiszer törvénnyel összhangban - a termék előállítása során a területileg illetékes állategészségügyi és élelmiszerellenőrző állomások, a forgalmazás során a fogyasztóvédelmi szervek látják el. Az ellenőrző szerv előtti eljárás során felmerülő költségeket a kérelmező viseli. A bejegyeztetés menetét a 7. ábra mutatja.

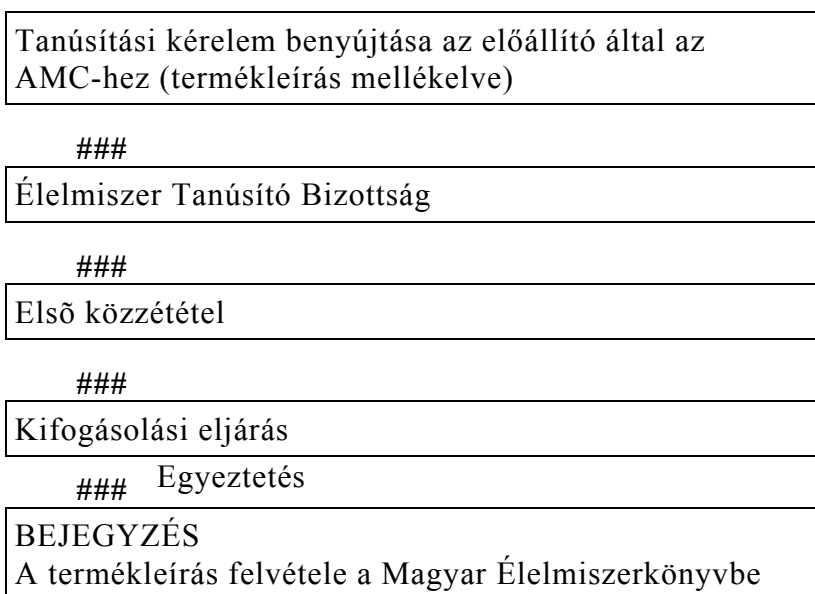


7. ábra. A földrajzi árujelzők bejegyeztetésének folyamata

5.1.7. A hagyományos különleges tulajdonság tanúsítási rendszer bevezetése Magyarországon

A magyar élelmiszerjog EU harmonizációja keretében a 2082/92/EGK rendelet honosítása is megtörtént: 1998. április 1-én lépett hatályba az 1/1998.(I.12.) FM rendelet, amely a hagyományos különleges tulajdonságú élelmiszerek tanúsításával foglalkozik, amelyet a magyar jogrendben megjelenő új fogalom (hagyományos különleges tulajdonság) egyértelművé tétele érdekében már a rendelet címe is kifejez. Ezáltal az EK rendelethez képest már a címében is egyértelműbbé válik, hogy milyen tulajdonság tanúsításáról is van szó.

A rendelet értelmében a hagyományos különleges tulajdonság az élelmiszerhez felhasznált hagyományos nyersanyagból, hagyományos előállítási módból és összetételből eredő tulajdonság. A hagyományos különleges tulajdonság tanúsításának rendszerét az FM látja el. A tanúsítást az adott élelmiszer előállítója vagy az előállítók csoportja kérheti. A tanúsítási kérelemhez mellékelt termékleírásnak a rendeletben rögzített adatokat kell tartalmaznia. A kérelmet a rendszer titkársági feladatait ellátó AMC-hez kell benyújtani. A kérelmet az Élelmiszer Tanúsító Szakbizottság bírálja el és tesz javaslatot a minisztériumnak a bejegyzésre a Hagyományos különleges Tulajdonságú Élelmiszerek Jegyzékébe. A bejegyzés tényét a Mezőgazdasági és Élelmezésügyi Értesítőben is közzé teszik. A termékleírás felvételre kerül a Magyar Élelmiszerkönyv "Hagyományos különleges Tulajdonságú Élelmiszerek" fejezetében. A termék jelölésére egységes tanúsító jel kerül bevezetésre. A bejegyeztetés menetét a 8. ábra mutatja.



8. ábra. A hagyományos különleges tulajdonság tanúsításának folyamata Magyarországon

A hagyományos különleges tulajdonságú élelmiszerek ellenőrzését - az Élelmiszertörvénnyel összhangban - a termék előállítása során a területileg illetékes állategészségügyi és élelmiszerellenőrző állomások, a forgalmazás során a fogyasztóvédelmi szervek látják el. Az ellenőrzés díja a tanúsítvány használóit terheli.

5.1.8. Az eredetvédelmi és különleges tulajdonság tanúsítási rendszerekhez kapcsolódó további feladatok

Az eredetvédelem és a különleges tulajdonság tanúsítási rendszerének hazai létrehozását követően a következő feladatok megvalósítását tartottam fontosnak (PALLÓNÉ 1998c):

Kormányzati oldal:

Az EU tanúsítási rendszeréhez való csatlakozásról szóló tárgyalások megkezdése a kölcsönös elismertetés érdekében. Ez biztosítaná a különleges magyar termékek jogi védelmét az EU piacán a hamisításoktól és más tisztességtelen piaci eszközök alkalmazásától. Továbbá az európai listára való bejegyzés jelentős marketing értékkel bír.

Szakmai/tanácsadói oldal:

A termelőket/előállítókat megismertetni termékeik piaci értékét növelő új lehetőséggel. Szakmai segítségnyújtás a termékleírások elkészítéséhez és a bejegyeztetéshez.

Hatósági oldal:

A hatósági élelmiszerellenőrzés szervezeteit és szakembereit szakmailag felkészíteni a termékek ellenőrzésére.

Fogyasztói oldal:

A fogyasztók körében népszerűsítő kampányok szervezése a közösségi marketing eszközeivel (külföldi, országos és regionális eseményekhez kötve).

Kutatói oldal:

Az Európai Bizottság által támogatott Euroterroirs Programhoz kapcsolódva a hagyományos és Tájjellegű Élelmiszerek Gyűjteményének létrehozása Magyarországon.

5.2. Új európai minőségi koncepció a hagyományos termékek versenyképességének biztosítására

A fejlett nyugat-európai országokban az 1980-as évek végétől élénkülő fogyasztói érdeklődés mutatkozik a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek iránt. Ezt a tendenciát felismerve elsőként Franciaországban hozták létre ezeknek a magas hozzáadott értéket képviselő, különleges élelmiszereknek a leltárát, ráirányítva az emberek figyelmét arra, hogy ezek is részét képezik az ország gazdag kulturális örökségének. A munkálatokat a francia Kulináris Művészetek Nemzeti Tanácsa (CNAC) irányította, és a francia kormány is támogatta.

Az Európai Unióban az előzőekben ismertetett két EGK jogszabály (2081 és 2082/92/EGK) a minél szélesebb körű gyakorlati alkalmazásának elősegítésére indították el - francia kezdeményezésre - 1993-ban az **"Euroterroirs" (Európa Vidékei) elnevezésű programot**. A francia gyűjtőmunka sikere nyomán a az Európai Bizottság Mezőgazdasági Főigazgatósága a CNAC-ot bízta meg az Európai Unió egészére kiterjedő, átfogó program szakmai irányításával.

Az Európai Bizottság támogatását élvező program alapvető célkitűzése volt:

- Az európai régiók hagyományos és tájjellegű élelmiszereinek összegyűjtése.
- A gyűjteménybe került termékek gazdasági hasznosításának előmozdítása.
- A gyűjteményben szereplő termékek népszerűsítése a fogyasztók körében.

Az **Euroterroirs Program koncepciójának lényege** a következőkben foglalható össze (KISÉRDI-PALLÓ, 2000):

Az élelmiszer minőségét újszerű módon megközelítve a számszerűsített kémiai, fizikai paraméterek mellett **a termékhez kötődő hagyományokat, tájat és kultúrát is a termék fontos minőségi jellemzőjének tekinti.**

A hagyományos és tájjellegű élelmiszereket a nemzeti kulturális örökség részének tartja, tekintettel arra, hogy az élelmiszer fogyasztási szokásoknak kulturális vetülete is van, és a nemzeti identitástudatot az élelmiszerfogyasztási szokások, hagyományok is erősítik.

A fogyasztási szokásokat vizsgálva megállapítható, hogy korunkban az élelmiszerek fogyasztása jelenleg két pólus irányába koncentrálódik. Döntő mértékben a tömegtermékek, kis mértékben a **magas hozzáadott értékű, különleges termékek** irányába. A telített európai élelmiszerpiacon ez utóbbi termékek képezhetik azokat a piaci réseket, ahol a meglévő vagy látens fogyasztói igények kielégítésével a termékek **versenyképességét növelni lehet.**

AZ AGENDA 2000, amely rögzíti az Európai Unió hosszú távú célkitűzéseit, **több ponton is kapcsolódik** az európai országok élelmiszeripari örökségéhez:

A vidék fenntartható fejlesztése a termelés és a tevékenységek változatossá tételén keresztül. Az élelmiszerfogyasztás fejlesztése által a fogyasztók által egyre jobban keresett, jellegzetes termékek irányában. A mezőgazdaság minőségpolitikájának az egy-egy tájhoz vagy hagyományos termelési módhoz kötődő különleges élelmiszerek előállítását támogató rendszere által.

5.2.1. Az Európai Gyűjtemény létrehozásának módszertani elemzése

Az Európai Gyűjtemény létrehozása francia mintára és kezdeményezésre történt az Európai Unióban. A hazai program előkészítéséhez ezért először a francia

gyűjtőmunka módszertanát, a sok éves gyűjtőmunka tudományos eredményeire alapozott kritériumrendszerét (CNAC,1998) vizsgáltam meg a hazai alkalmazhatóság szempontjából. Továbbá összevettem egy másik EU tagország, Nagy-Britannia gyűjtésével (MASON, 1999). A következőkben ennek a vizsgálatnak az eredményeit ismertetem részletesen.

A módszertani alapfogalmak értelmezése

A "hagyományos", az "élelmiszer-" és a "mezőgazdasági" kifejezések értelmezése:

A **mezőgazdasági** jelzőt a lehető legszélesebb értelemben használjuk, ideértve a növénytermesztést, az állattenyésztést valamint a tengeri és édesvízi halászatot. Amennyiben a régióban meglévő gyakorlat szükségessé teszi, a gyűjtögetést (gombaszedés) és a vadászatot is idesoroljuk, ha azok speciális technikát igényelnek. Végül figyelembe vesszük az emberi táplálkozásban felhasznált ásványi termékeket is, mint a tengeri sót és a sóbányákból származókat is.

Az **élelmiszerek** egyaránt lehetnek mezőgazdasági (hús, szárnyas, zöldség és gyümölcs stb.), kézműves (péksütemények, cukrászsütemények, édességek, felvágottak stb.) és ipari jellegűek (üdítő- és szeszes-italok, tejtermékek). A házi termékek (tágabb értelemben beleértve a vendéglőket) nem képezik az élelmiszer-katalógus tárgyát, ezért azok nem kerülnek összegyűjtésre.

A **hagyományos** kifejezést a szó szabályos etimológiai értelmében használjuk, azaz a gyártási ismeretek (**know-how**) és a gyakorlat hosszú időn keresztül történő továbbadását értjük alatta. A hagyomány egy csoporthoz illetve közösséghez kötődve egy kultúrának a kifejeződése. Mivel a kultúra közösségi, ezért a nem a helyi közösség ismereteiből és gyakorlatából származó egyéni alkotások illetve egyéni specialitások nem képezik az élelmiszer-katalógus tárgyát.

A termékek kiválasztásának kritériumai

A régiók hagyományos termékeinek kiválasztásához egy szelekciós módszer került kidolgozásra, amely a következő kritériumokon alapul:

Forgalmazhatóság: A termék csere (eladás) tárgyát képezi, és ezért létezik. A termelés volumene ismert, de az nem lehet kizáró ok: akár néhány kilótól több tonnáig terjedhet.

Történet: Mivel hagyományos termékről van szó ezért a termelés múltbeli időtávatának nyilvánvalónak és jelentősnek kell lennie. A termék történeti dimenziója összefüggésben van annak életképességével és elismertségével. A termék születési idejének illetve történeti beágyazottságának szentelt figyelem lehetővé teszi az egyes cégek marketing tevékenysége révén létrejött régebbi referencia-, vagy

egységtermékek elkülönítését azon termékektől, amelyek egy közösség történeti fejlődésének eredményeként születtek meg.

Földrajzi kötődés: A termék egy "tájegységben", egy városban alakult ki, egy földrajzi helyhez kötődik. Noha a felhasználás illetve a gyártás több régióra is kiterjedhet, a termék az esetek többségében az eredetének megfelelő (közigazgatási) régióhoz kerül besorolásra. Ha egy terméknek külön nevet kell adni - ilyen a legtöbb kereskedelmi eredetvédelemmel (AOC) bíró termék esete - akkor az adott névnek egy pontos földrajzi helyre kell utalnia, és a termék ahhoz a régióhoz fog tartozni, ahol ez a hely található. A szokványos technológiával előállított, de egyedi helyi hírnévvel rendelkező termékfajta is kötődhet a különféle termelési régiókhoz abban az esetben, ha vannak jellemző helyi tulajdonságai. Ez a helyzet az almaborral, amit más és más almafajtából készítenek Bretagne-ban, Pays- d'Auge-ban vagy Thiérache-ban. A földrajzi kötődés és az elnevezés közötti kapcsolat demonstrálására a dijoni mustár egyedül Dijon város régiójához, Bourgogne-hoz kerül besorolásra. Amennyiben egy termék előállítása napjainkban teljes egészében egy másik régióban történik, de továbbra is forgalomban van a származási területén, akkor abban az esetben lehet felvenni a katalógusba, ha közismertsége máig jelentős maradt.

Közismertség: Egy termék közismertsége, vagy hírneve az elterjedtségétől függ. Ez lehet erősen korlátozott - mint a Millet-liszté -, vagy éppen ellenkezőleg, nagyon jelentős, mint a "Véritable" aprósüteményé. A közismertség minden esetben fennáll.

Állandóság: Egy új technológiai elem megváltozott tulajdonságú termékekhez vezet. Ezért fontos ellenőrizni, hogy a gyártási illetve termelési technológia állandó maradjon a megkövetelt technikai fejlődés határain belül. Ha egy terméket két cégnél gyártanak, az egyiknél hagyományos, kézműves a másiknál pedig ipari módszerrel, akkor a leírás az első alapján fog történni. Mindazonáltal ha a történeti források szerint az adott termék eredendően ipari jellegű, akkor az utóbbi módszer kerül leírásra.

Gyártási ismeretek (know-how): Közvetlenül kötődnek az érintett régióhoz, és figyelembe veszik a természeti és emberi tényezőket. A terméknek legalább a gyártási folyamat egy elemében **"helyi" know-how-t kell tartalmaznia**. Ennek hiányában életben kell lennie az eredeti know-how-nak. A termelési folyamat know-how-s eleme egy speciális tudást jelent és ez adja a termék regionális jellegét. Ez lehet egy termék finomítási módja és nem a gyártása, egy alapanyag kezelése, és nem a kitermelése stb. Ilyen módon akár teljesen egzotikus kiindulási anyagokból (kávé, csokoládé, komló, banán) is a régió jellegzetes terméke készülhet például egy kikötő vagy egy extraháló üzem létesítésével összefüggésben. A termék feldolgozás nélkül (zöldség, gyümölcs), részben (dióbél) vagy teljesen (almabor, sajtok) feldolgozva is forgalomba hozható, de nem lehet konyhai recept eredménye. Megjegyzendő, hogy olyan termék, amelynek

természete megváltozott (pl.: édességből /bonbonból/ cukrászsütemény lett) nem kerül be a katalógusba akkor sem, ha elnevezése teljesen azonos maradt.

Ahhoz, hogy egy termék bekerüljön az élelmiszer-katalógusba elvben valamennyi kritériumnak meg kell felelnie. Mindazonáltal bizonyos esetekben lehetnek kivételek, például ha egy jól ismert, az eltűnés szélén álló termék kikerült a kereskedelmi forgalomból.

Az európai gyűjtemény követelményrendszerét elemezve, gyűjteménybe kerülő termékeknek tehát a következő követelményeknek kell megfelelniük:

- A gyűjteménybe kerülő termék lehet mezőgazdasági termék vagy élelmiszer- az ételreceptek, borok és ásványvizek kivételével.
- A terméknek dokumentálható történelmi múlttal kell rendelkeznie.
- A terméket hagyományos technológiával állítsák elő, az adott tájegységhez köthető módon (helyi tudás /know-how).
- A terméknek ma is létezőnek, az adott régióban ismertnek kell lennie.
- A terméknek forgalmazhatónak kell lennie.

Összefoglalva: az élelmiszer-katalógusban szereplő termék forgalomban van, termelése és felhasználása kötődik egy hely történetéhez, a termék előállításának módja és elnevezése állandósult.

A termékek besorolása ágazatonként

Az Európai Gyűjtemény a gyűjteményben a következő termékcsoportokat különbözteti meg (TOR, 1999):

- Gabonafélék.
- Termesztett és feldolgozott gyümölcsök.
- Termesztett és feldolgozott zöldségek.
- Húsok, szárnyasok, tojás és vadak.
- Fűszernövények, fűszerek.
- Vadon termő és gyűjtögetett termékek.
- Halászati termékek.
- Húskészítmények.
- Olajok és zsírok.
- Tejtermékek.
- Sütőipari termékek.
- Édesipari termékek.
- Cukrászati termékek.

- Italok (sörök, szeszes italok, stb. a borok kivételével).
- Egyebek (csiga, méz, só stb.).

Az egyes országok gyűjteményének létrehozása során azonban lehetőség volt - az adott ország jellegzetes mezőgazdasági és élelmiszeripari termékszerkezetére tekintettel - az eredeti csoportosítástól eltérni.

A termékek besorolása régióként

Az európai konformitás jegyében az egyes országoknak a régiós besorolás során az EU közigazgatási régióit kellett alapul venniük. Az egyik legnehezebb feladat a szakemberek számára a termékek EU közigazgatási régiókba való besorolása volt. Az európai gyűjtemény létrehozása során a tapasztalatok azt mutatták, hogy a régiós besorolással kapcsolatban a gyűjtőmunka során felmerülő problémák a következő alapelvek alkalmazásával oldhatók meg:

Ha egy hagyományos termék előállítására ma már több régióra is kiterjed célszerű ahhoz a régióhoz kötni, amelybe tarozó földrajzi helyhez eredetileg kötődik a termék. Az elterjedését más régiókban a termékleírásban külön jelölik. Így például a francia calvados a normandiai régióhoz kötődő szeszesital még akkor is, ha az engedélyezett előállítási területe a régión jelentősen túlnyúlik. Egyes történelmi tartományok ma több közigazgatási régióhoz tartoznak. Az ilyen területről származó élelmiszerek egyaránt szerepelnek a különböző érintett régiók élelmiszer-katalógusában. Ez a helyzet állt fenn például a francia bresse-i szárnyasok esetében.

Néhány termék, amely általánosan elterjedt az adott országban, és eredetét tekintve sem sorolható egyik régióhoz sem egyértelműen, indokolt esetben szerepeltethető a gyűjteményben, régió megjelölés nélkül. Így a brit gyűjtemény egyértelműen régiókhoz köthető termékeinek száma 395. A régiókhoz nem köthető termékekkel együtt viszont 416 terméket számol a brit gyűjtemény, közöttük olyan világszerte ismerteket, mint pl. a karácsonyi puding, vagy az Earl Grey tea.

A gyűjtőmunka szervezése

Az egyes tagállamokban különböző szervezetek, többségében marketing vagy védjegy-szervezetek valósították meg a gyűjtőmunkát, általában az egyes országok mezőgazdasági minisztériumainak szakmai támogatásával:

- Franciaországban a Kulináris Művészetek Nemzeti Tanácsa.
- 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.

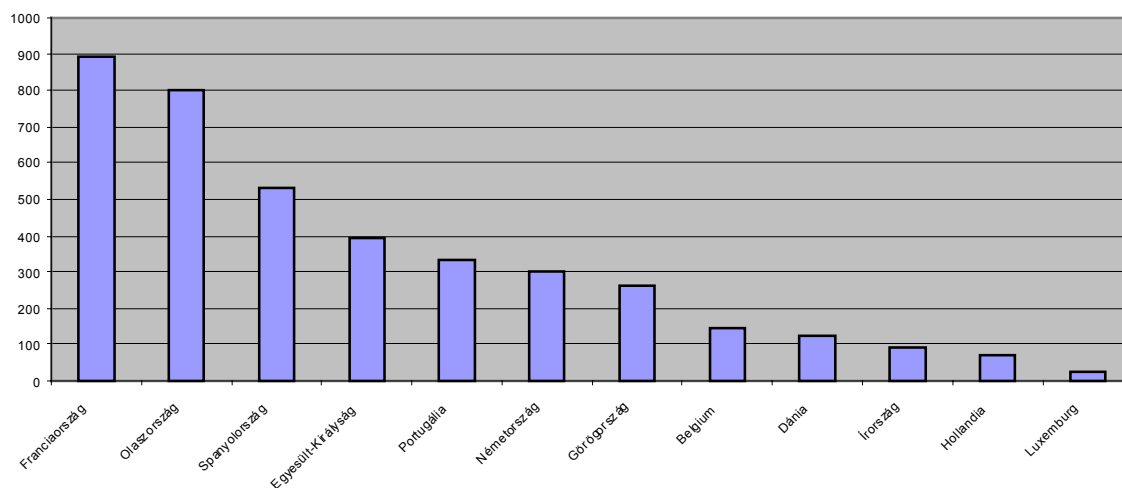
- Portugáliában a Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Piacfejlesztő Intézet.
- Belgiumban az Országos Mezőgazdasági Piacfejlesztő Intézet.
- Hollandiában HVA promóciós szervezet.
- Dániában a Mezőgazdasági Tanács.
- Németországban a DLG mezőgazdasági társaság.

A franciaországi gyűjtemény létrehozásának a lépései a következők voltak:

1. lépés. Találkozók a szakmai szervezetek képviselőivel régióként.
2. lépés. Szakérőkkel, történészekkel való szakmai találkozók.
3. lépés. Helyi felmérések szervezése (diákokkal, ágazati szakemberekkel).
4. lépés. Az információk alapján az előzetes listák (termékleírások) finomítása.
5. lépés. A régiós bizottságok szakmailag véleményezték a listákat (termékleírásokat).
6. lépés. A CNAC megadta a végleges jóváhagyást.
7. lépés. Régióként egy-egy kötetben kiadták a gyűjteményt.

5.2.2. Az Európai Gyűjtemény elemzése

Az Európai Gyűjtemény az EU 129 régiójának 4000 termékét foglalta magában 1997-ben. Ezen belül leggazdagabb Franciaország (890 termék), Olaszország (800 termék) és Spanyolország (526 termék) gyűjteménye (9. ábra).

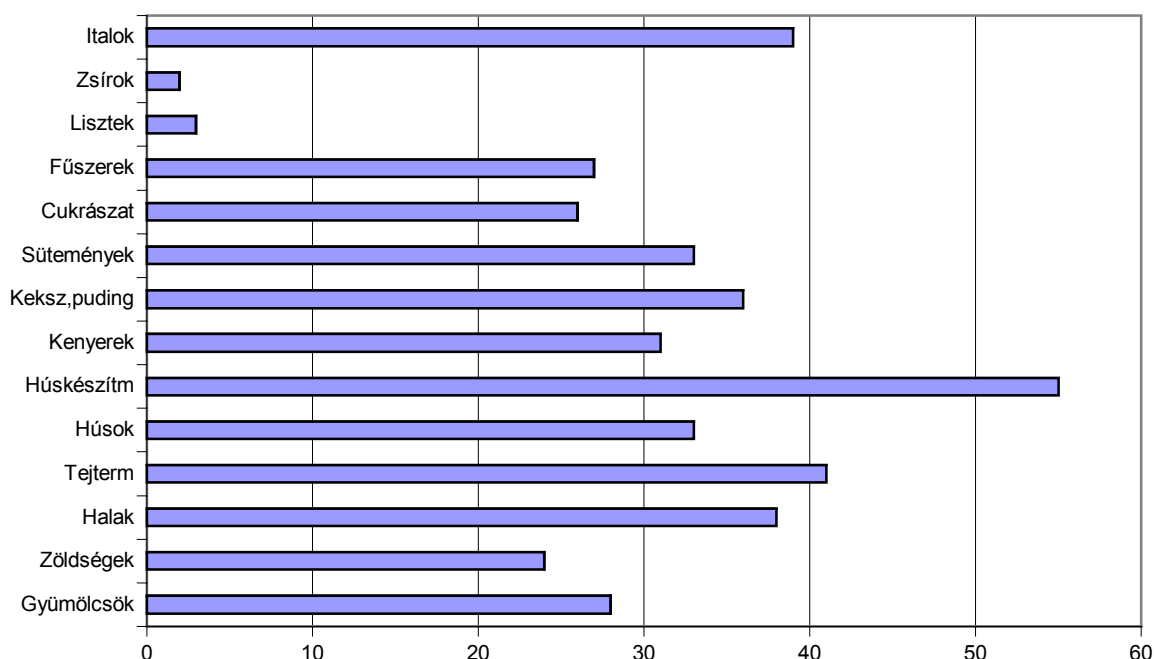


9. ábra: Az Európai Gyűjtemény termékszama tagállamonként (1997)

A brit gyűjtemény elemzése

A brit gyűjtemény (MASON,1999) Anglia, Skócia és Wales hagyományos termékeit foglalja magában. Észak-Írország termékei az ír gyűjteményben szerepelnek.

A brit gyűjtemény termékszerkezetét vizsgálva (10. ábra) megállapítható, hogy a gyűjteményen belül kiemelkedően magas a húskészítmények száma (55).



10. ábra: A brit gyűjteményben szereplő termékek ágazatok szerinti megoszlása

Az európai kontinensen ismert édes pudingokkal és pitékkel szemben Angliában nemcsak édes süteményeket neveznek így, hanem húsból és belsőségből is készítenek ilyen elnevezéssel termékeket (pl: a yorkshire-i karácsonyi puding kicsontozott baromfi és vadhús rétegeket tartalmaz; a dél-nyugat angliai régióban pedig a sertéshúsból készítenek pudingot hog's pudding néven). Ugyanakkor az Európában széles körben elterjedt szárazkolbászok -valószínűleg a nedves időjárás miatti nehéz eltarthatóságuk miatt - itt nem ismertek, viszont jellemző a szalonnaként való hasznosítás (Suffolk, Welsh és Wiltshire bacon). Természetesen a gyűjteményben a híres sonkák: Suffolk, York, Welsh ham is megtalálhatók.

A tejtermékek (41) főként az ország nyugati részére jellemzők, ahol a kedvező klímának köszönhetően dús legelők találhatók (Channel Island Butter, Clotted Cream, Clotted Cream Butter). A hagyományos sajtkészítés az utóbbi időben újra fellendülőben van (Beenleigh Blue Cheese, Dorset Blue Vinney Cheese, Double Gloucester Cheese.)

A sütőipari termékeken belül megkülönböztet a gyűjtemény két csoportot: a kemencében sülteket (breads) és a griddle-bread-et. Ez utóbbi előállítás módszer főleg Walesben és Skóciában terjedt el, ahol a 20. századig sok háztartásban nem volt sütő. Különösen erős hagyománya van ennek a módszernek Dél-Walesben (Bara Planc).

A menta hagyományosan a brit konyha fontos fűszernövénye. Cukorkák, mártások és zselék édesítésére használják. A másik jellegzetes angol ételízesítő pedig a mustár.

A gyűjteményben szereplő halak (38) közül azonban sok már csak az emberek emlékezetében létezik, a halászterületek kimerülése és a vízszennyezés miatt a legfenyegetettebb helyzetben vannak.

Végül a hagyományos sörök pozitív példát mutatnak arra, hogy ezek a hagyományos termékek megmenthetők a tömegtermeléstől. Az érdekeltek erőfeszítéseinek hatására feltámadni látszik a hagyományos sör erjesztési technológia alkalmazása (Old Ale, Yorkshire). Néhány gyógynövényből készült ritka ital is tovább él (Dandelion and Burdock, Lancashire).

A nemzeti gyűjtemények könyvkiadása

A 12 uniós ország 1997-re létrehozta nemzeti gyűjteményeit, a legtöbb ország azóta már könyv alakjában is megjelentette a sajátját (zárójelben a termékszám):

- L’Inventaire du Patrimoine Culinaire de la France (890)
- Inventário de produtos tradicionais portugueses (336)
- Invetário espanol de productos tradicionales (532)
- Deutschlands kulinarishes Erbe (300)
- Traditional Foods from Britain (395)

A francia és a brit gyűjtemény könyvkiadásának összehasonlító elemzése

A **francia gyűjtemény** régiónkénti kiadásban, összesen 21 kötetben jelent meg 1998-ban (CNAC, 1998). A kötetek szerkezete egységesen a következő:

- Bevezetők (utalással az Euroterroirs programra).
- A gyűjteménybe kerülés kritériumai.
- A régió agrárföldrajza.
- Termékleírások ágazatonként.
- A termékekből készített ételek receptjei.
- A termékeket előállítók, forgalmazók címjegyzéke.
- Irodalomjegyzék.
- Tartalomjegyzék.

A kötetek címlap fotója színes, ezen kívül nem tartalmaz más fénykép illusztrációt.

A **brit gyűjtemény** könyvkiadása (MASON,1999) egy kötetben 419 oldal terjedelemben jelent meg 1999-ben. Mivel a hagyományos termékek tájegységhez köthetősége sok esetben nem volt kimutatható, illetve több régióban is elterjedt egy-egy termék, így a könyv szerkezete más jellegű, mint a franciáké. A termékleírásokat ágazatonként rendszerezték, és a termékleíráson belül tüntették fel a régiós

előfordulást. Ezenkívül egy listát állítottak össze a termékek régiós besorolásáról. Ez a könyv is tartalmazza a termékek fellelhető előállítóinak listáját. A könyv végén részletes irodalomjegyzék és tárgymutató található, ami jelentősen növeli a könyv tudományos értékét. A könyv 50 korabeli (archív) fekete-fehér fényképpel illusztrált.

A különböző országok gyűjteményeinek könyvkiadásait **összehasonlítva elmondható**, hogy az európai gyűjtemény követelményrendszerére alapozva, de az adott ország szemléletét tükröző kiadások jelentek meg (pl. a francia gyűjtemény a régiós, a brit gyűjtemény az ágazati besorolásra alapoz). A könyvek formátumát, az illusztráció gazdagságát a kiadás anyagi lehetőségei határozták meg. Minden kiadvány részletes szakirodalom-jegyzéket tartalmaz, ami jelentősen emeli a könyvek tudományos színvonalát. A kiadványok mindegyike tartalmazza a gyűjtőmunka során fellelt előállítók, szakmai szervezetek listáját, amely nagy információ értékkel bír és a gyűjtemény hasznosítása szempontjából a későbbiekben nagy a jelentősége.

5.3. A „HAGYOMÁNYOK-ÍZEK-RÉGIÓK” Program megvalósítása Magyarországon

Az Európai Unió országaiban összeállított gyűjtemények létrehozása után határozták el az Euroterroirs Program vezetői a gyűjtőmunka közép-kelet európai országokra való kiterjesztését. A magyar gasztronómiai örökség jó hírnevének köszönhetően elsőként Magyarországot kívánták bekapcsolni az európai programba (PALLÓNÉ, 1998e).

Hazánk agrárökológiai adottságai, mezőgazdasági és élelmiszeripari hagyományai kedvező lehetőséget nyújtanak a különleges minőségű élelmiszerek iránti fogyasztói igények kielégítésére, ezért 1998-ban az FVM azt a stratégiai jelentőségű döntést hozta, hogy Magyarország kapcsolódik az Euroterroirs Programhoz. A "HAGYOMÁNYOK-ÍZEK-RÉGIÓK (HÍR)"



elnevezéssel elindított országos program **célkitűzése** az volt, **hogy létrehozza Magyarország hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági termékeinek gyűjteményét és elősegítse gazdasági hasznosításukat**. Hazánk EU integrációra való felkészülési folyamatában sürgető feladat volt a nemzeti kulturális örökségünk részének tekinthető élelmiszerkincsünk feltárása. **Ismertségük fokozásával** lehetővé kívántuk tenni ezeknek a csak ránk jellemző, jól beazonosítható, különleges minőségű termékeknek a csatlakozás után megnyíló piaci lehetőségek jobb kihasználását, keresettségük és ezáltal **versenyképességük növelését** (KISÉRDI-PALLÓ-LOVIG, 2000).

Az európai programhoz való kapcsolódást a korábban ismertetett, EU konform hazai jogszabályok bevezetése is elősegítette. Magyarországon az élelmiszer minőségi

jogharmonizáció keretében 1998-ban léptek hatályba az uniós jogszabályokkal megegyező szabályozást tartalmazó rendeletek:

A mezőgazdasági termékek és élelmiszerek földrajzi árujelzőinek oltalmára vonatkozó részletes szabályokról szóló kormányrendelet. (87/1998. (V. 6). – a védjegyek és földrajzi árujelzők oltalmáról szóló 1997. évi XI. törvény rendelkezése alapján.)

A hagyományos különleges tulajdonság tanúsításáról szóló FM rendelet (1/1998. (I. 12.) – az élelmiszerekről szóló 1995. évi XC. törvény rendelkezése alapján.

Ezek a rendeletek a különleges élelmiszerek ellenőrzésének új rendszerét alakítják ki a fogyasztók és az előállítók érdekeinek védelmében. A rendeletek hatálya alá tartozó termékeket alávetik a termékleírásban rögzített követelményeknek való **megfelelőség vizsgálatának**, ezáltal **minőségi garanciát nyújtanak a fogyasztók számára a termékek hitelességéről** (PALLÓNÉ, 1998f).

5.3.1. A hagyományos és tájjellegű termékek minőségi dimenziójának meghatározása

Először elméleti kutatásokat végeztem a termék minősége és eredete közötti összefüggés feltárására. Az EU 5. kutatási keretprogramján belül folyó nagyméretű kutatási projekt (DOLPHINS,2000) eredményeinek elemzése során **szoros összefüggést találtam a termék eredet és minősége között.**

Megállapítottam, hogy az **eredetjelzett termékek különleges minősége (tipicity) az adott földrajzi környezet sajátos természeti és emberi tényezőinek köszönhető** (humán know-how).

A hagyományos különleges tulajdonság az élelmiszerhez az előállítás során felhasznált hagyományos nyersanyagból, hagyományos technológiából és összetételből eredő tulajdonság. A **hagyományos különleges tulajdonságú** (specifity) termékek esetében a minőségi különbség a szokványos termékkel szemben tehát a **speciális előállítási módban** (szakmai know-how) rejlik.

Véleményem szerint azonban a helyi jellegzetességű termékek esetében a két definíciót a gyakorlatban igen nehéz elválasztani egymástól, ezért helyesebb a **hagyományos és tájjellegű** kifejezést használni. **Ez a fogalomrendszer jobban kifejezi a helyi közösségekben kialakult gyártási ismeretek és gyakorlat generációkon keresztül történő továbbadását.**

A hagyományos és tájjellegű termékek minőségének hármas dimenziója tehát az idő (történetiség), **a hely** (földrajzi helyhez kötődés) **és a kultúra** (hagyomány).

Elméleti kutatási eredményeim alapján a hagyományos és tájjellegű termékek különleges minőségét úgy határoztam meg, hogy az **a termék előállításához kötődő hagyományoknak, tájnak és történetnek a termékben való kifejeződése.**

5.3.2. A HÍR gyűjtemény követelményrendszerének meghatározása

A követelményrendszer meghatározása során figyelembe kellett venni az Európai Gyűjtemény előírásait és a magyar élelmiszergazdaság hagyományos termelési struktúráját, illetve a magyar jogszabályokban rögzített vonatkozó fogalmakat.

Az **Európai Gyűjtemény követelményrendszere** értelmében a gyűjteménybe kerülhetett minden mezőgazdasági termék vagy élelmiszer, amely dokumentálható történelmi múlttal rendelkezik, hagyományos technológiával állítják elő, az adott tájegységhez köthető módon, ma is létező, az adott régióban ismert és forgalmazott termék. Az európai gyűjteményben nem szerepelnek az ásványvizek, a borok és az ételreceptek. Az ásványvizek gyűjteményből való kihagyásának szakmai indoka a francia szakértők szerint a hagyományos know-how hiánya. A borok eredetvédelme az EU-ban és Magyarországon is jogilag megoldott. A tájjellegű borok listája már régóta ismert, ezért a gyűjtőmunkát erre a területre nem volt szükséges kiterjeszteni. Az ételreceptekkel az európai program sem foglalkozott, de a gyűjteménybe került termékek konyhaművészeti felhasználása a program hasznosításának egyik fontos eleme lehet.

A gyűjtés a növényi és állati eredetű élelmiszerekre, mezőgazdasági termékekre (beleértve a halászati termékeket is) terjedt ki, de bekerülhettek a gyűjteménybe az ásványi eredetű, étkezésre használt termékek is. Ez a meghatározás lényegében összhangban áll a magyar élelmiszer törvény élelmiszerekre vonatkozó definíciójával. A gyűjtőmunka tehát az Élelmiszer törvény hatálya alá tartozó termékek körére terjedt ki.

A borok és az ételreceptek nem szerepelhettek ebben a gyűjteményben. A Nemzeti Tanács egyhangú döntése értelmében az ásványvizek nemzeti kincsünk elengedhetetlen részét képezik, ezért a magyar gyűjtemény függelékében szerepelnek.

A Nemzeti Tanács által jóváhagyott követelményrendszer értelmében a listára kerülhet **minden olyan mezőgazdasági termék és élelmiszer, amelyet hagyományos módon állítanak elő, egy adott tájegységhez köthető módon, történelmi múltja van, ugyanakkor ma is létező, ismert és forgalomképes termék** (KISÉRDI-PALLÓ, 2000).

Ilyenek lehetnek a jól ismert szatmári szilvalekvár, szegedi paprika, gyulai kolbász, vecsési savanyú káposzta mellett olyan kevésbé ismert termékek is, mint például a francia ínyencek ízlését is kielégítő csermajori teasajt vagy a Zalában keresztelők alkalmával készített figurás kalács, a fumu.

Az általános elvek megvalósítására kidolgozott követelményrendszer legfontosabb elemei a következők (PALLÓNÉ, 2001h):

A termék története

Az egyik legfontosabb követelmény: a terméknek dokumentálható történelmi múlttal kell rendelkeznie. Alapfeltétel a **legalább kétgenerációs (50 éves) ismertség**. Lehet ez egy ma működő cég „alapító” terméke is.

Az előállítási mód hagyományossága

Követelmény a hagyományos előállítási mód, ami azonban nem zárja ki a generációk során végbement technikai fejlődés elismerését. Ha a terméket ma hagyományos és ipari módszerekkel is termelik, a hagyományosan előállított kerül be a gyűjteménybe. Bekerülhet azonban az ipari módszerekkel előállított termék is, ha bizonyítható, hogy ez a korabeli technikai szinten minősült ipari jellegű terméknek.

Az adott tájegységhez kötődés

Az adott tájegység mérete nincs behatárolva, lehet egy település vagy egy régió is. Ha a termék már széleskörűen ismert és gyártott, de eredete visszavezethető egy tájegységre, akkor ahhoz kell besorolni, de fel kell tüntetni az egyéb előfordulási helyeit is.

A termékhez kötődő tudásanyag

A termékhez, de előállítási láncolatának legalább egy pontjához kapcsolódjék valamely helyi, az adott körzetben meglévő tudáson alapuló megoldás. Ez a követelmény lehetővé teszi, hogy más vidékről származó nyersanyagból készült termék is bekerüljön egy tájegység gyűjteményébe, ha a feldolgozásnak legalább egy eleme helyi, speciális tudáson alapul. Ha a termékhez nem kapcsolódik hagyományos, egy területhez kötődő tudáson alapuló megoldás, nem vehető fel a gyűjteménybe. Nem lehet a termék a jelenkori gyártmányfejlesztés eredménye.

Ismertség

A terméknek az adott tájegységben, de legalább előállítási körzetében széles körben ismertnek kell lennie. Nem meghatározó azonban, hogy mekkora ez a terület, lehet akár egy falu vagy városrész is.

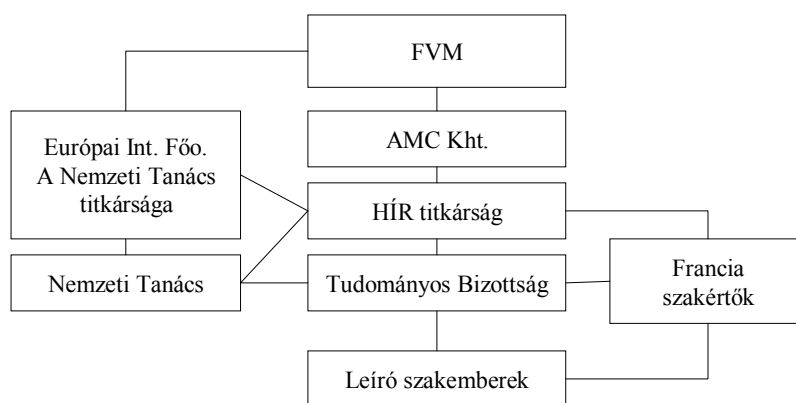
Az előállítás és forgalmazás megléte

A terméknek ma is létezőnek kell lennie, árucsere tárgyát kell képeznie. Ez nem jelent feltétlenül kereskedelmi forgalmazást, megfelelőek a vásárokon és különböző ünnepi alkalmakon való értékesítési formák is. A gyűjteménybe kerülésnek azonban nincs mennyiségi korlátja, kis mennyiségben gyártott termékek felvétele is lehetséges.

A gyűjteménybe kerülés követelményrendszerének – a magyar mezőgazdaság és élelmiszeripar hagyományos termelési kultúráját és az európai gyűjteményhez való szerves illeszkedés feltételét figyelembe vevő – meghatározásával széles körben lehetővé vált a **szakmailag megalapozott, történetileg hiteles termékleírások** elkészítése.

5.3.3. A HÍR program szervezeti struktúrájának kialakítása

Magyarországon korábban ebben a témában ilyen átfogó jellegű, az ország egész területére és a teljes élelmiszergazdaságra kiterjedő kutatómunkát nem végeztek. A program sikeres megvalósítása érdekében ezért fontos feladat volt a kutatómunka szervezeti kereteinek (11. ábra) a kialakítása volt (PALLÓNÉ et-al., 2001).



11. ábra: A HÍR program szervezeti felépítése

Nemzeti Tanács

A minisztérium 1998-ban döntött arról, hogy a program társadalmi-politikai elismertetése érdekében létre kívánja hozni a program döntéshozó testületét, a Nemzeti Tanácsot.

A Nemzeti Tanács összetételének meghatározása során figyelembe kellett venni a KÉKI-KÉE ország-és régió imázs témában 1998-ban folytatott kutatási eredményeit (SZABÓ et al, 1998), amelyek azt mutatták, hogy a kül-, és belföldi ország imázsunk formálásában szerepet játszó tényezők között az 1-3. helyen az idegenforgalom-vendéglátás, média és a kulturált kereskedelem szerepel, a 4. helyre a kollektív marketing szervezet tevékenysége került. Ezt a tudományos szempontot is figyelembe véve tettem javaslatot a Nemzeti Tanács összetételére.

Javaslatom szerint a Nemzeti Tanács tagjai a következő körből kerüljenek ki:

- A programban illetékes minisztériumok vezetői.
- Tudományos kutatók, oktatók.
- A kereskedelem, vendéglátás, idegenforgalom-turizmus és média képviselői.

- Az agrármarketing centrum vezetője.

Az utóbbi két csoport tagjai, mint a kül-, és belföldi országimázsunk formálásában szerepet játszó jelentős tényezők képviselői szerepelnek a Nemzeti Tanács tagjai között. A 25 tagú Nemzeti Tanács - minisztérium vezetése által jóváhagyott - összetételét az 1. sz. melléklet tartalmazza. Az előzőek alapján ezután kidolgoztam a Nemzeti Tanács ügyrendjét, amelyet az 1999. november 2-i alakuló ülésen fogadtak el.

Az ügyrend értelmében a Nemzeti Tanács fő feladatai:

- A gyűjteménybe kerülés kritériumrendszerének jóváhagyása.
- A terméklisták elfogadása.
- A gyűjtemény hasznosításának előmozdítása.

A Nemzeti Tanács feladatai közé tartozott ezen kívül a kutatómunka során felmerült vitás kérdések eldöntése. A tagok tudományos-szakmai, illetve közéleti tapasztalatai nagyban hozzájárultak az arra érdemes termékek sikeres felkutatásához.

A Nemzeti Tanács Titkárságát az FVM Európai Integrációs Főosztálya működtette, amely a program szakmai főosztályokkal való koordinációjáért és minisztériumi szakmai irányításáért is felelősséget vállalt.

Tudományos Bizottság

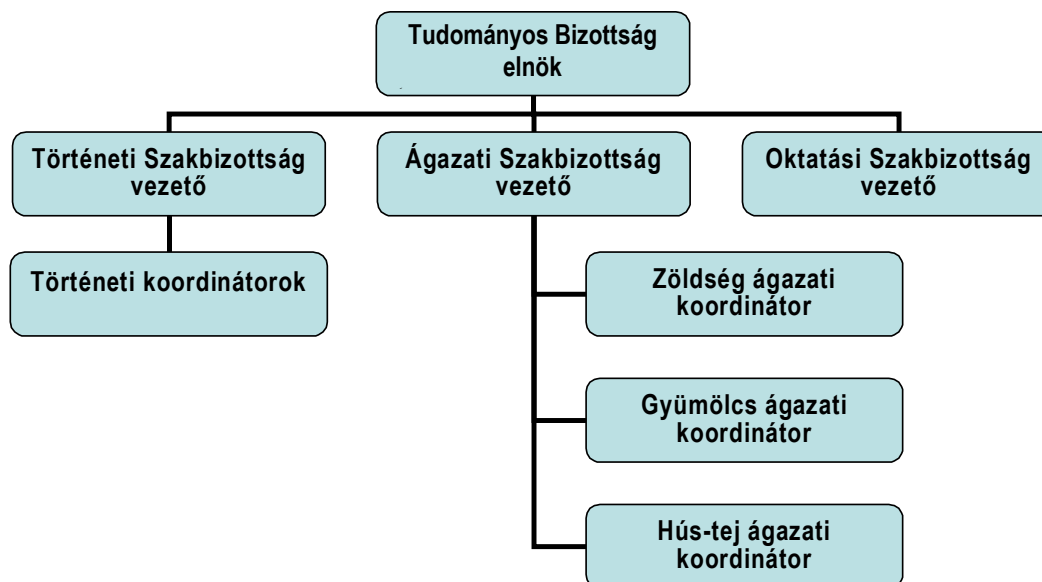
A programba bevont szakemberek munkájának tudományos szempontból történő irányítására és ellenőrzésére Tudományos Bizottságot kellett létrehozni. A Tudományos Bizottság szervezeti struktúrájának meghatározása során - tekintettel a kutatómunka multidiszciplináris jellegére és a szakemberek széles körére - három szakbizottság felállítását tartottam szükségesnek (12. ábra). Az Ágazati Szakbizottságon belül a termékleírások magas szakmai színvonalának biztosítására a legjelentősebb ágazatokban (zöldség-gyümölcs, hús-tej) ágazati koordinátorok bevonása vált szükségessé. A történeti leírók munkájának összefogása, a történeti leírások egységes elvek szerinti kidolgozásának biztosítása történeti koordinátorok feladata volt.

A Tudományos Bizottság fő feladatai a következők:

- Meghatározza a termékleírások részletes kritériumrendszerét, tekintettel az Európai Gyűjtemény követelményrendszerére és a hazai sajátosságokra.
- A kritériumrendszer alapján véleményezi az előzetes terméklistát, és javaslatot tesz a részletes termékleírások elkészítésére.
- Szakmai szempontból elbírálja és értékeli az elkészült termékleírásokat.
- Javaslatot tesz a gyűjteménybe kerülő termékek végleges listájára.

- Szakmai szerkesztőként segíti a gyűjtemény könyvkiadását.

A Tudományos Bizottság tagjai a KÉKI, a Szent István Egyetem és a Mezőgazdasági Múzeum tudományos szakemberei voltak. A Tudományos Bizottság tagjainak névsorát a 2.sz. melléklet tartalmazza.



12. ábra: A Tudományos Bizottság szervezeti felépítése

Termékleíró szakemberek

A gyűjtőmunkában és a termékleírások elkészítésében a hazai szakemberek széles körét vontuk be:

- Iparági szakemberek.
- Iparági kutatók.
- Egyetemi-, főiskolai-, szakközépiskolai oktatók.
- Agártörténészek.
- Néprajzosok.
- Muzeológusok.

A gyűjtőmunkában a program indításától kezdve aktív szerepet vállaltak: az EOQ Magyar Nemzeti Bizottsága, a MÉTE ágazati szakbizottságai, a terméktanácsok, szakirányú közép-és felsőoktatási intézmények, iparági kutatóintézetek.

Az előzőekben már említett imázs kutatás eredményei szerint a régióimázst befolyásoló tényezők között az előkelő 3. helyen a termelők helyi szervezetei állnak, ezért már a gyűjtőmunkába igyekeztünk bevonni az agrárkamarák, terméktanácsok, élelmiszeripari szakmai szervezetek regionális képviselőit is (KISÉRDI-PALLÓ,2000).

Összegezve elmondható, hogy a gyűjtőmunkában több száz szakember vett részt. A termékleírások kidolgozását összesen 77 szakember végezte. A termékleíró szakemberek listáját a 3.sz. melléklet tartalmazza.

Francia szakértők

A program az európai gyűjtemény összeállításáért felelős francia szakértők szakmai segítségével zajlott. A PHARE projekt feladatköri leírása értelmében (TOR, 1999) a francia szakértőknek a következő feladatokat kellett elvégezniük:

- Az Európai Gyűjtemény módszertanának átadása és hazai alkalmazásához szakmai segítségnyújtás.
- Az AMC-nél létesült HÍR Titkárság munkatársainak felkészítése a program lebonyolítására.
- A gyűjtőmunkában résztvevő szakemberek oktatása, a tapasztalatok átadása.
- A termékleírások lektorálása.
- A Nemzeti Tanács munkájához szakmai segítségnyújtás.

Fontos elvárás volt még, hogy szoros munkakapcsolatot alakítsanak ki a hazai szakemberekkel, rendszeresen látogassanak Magyarországra és személyesen is segítsék a hazai szakemberek munkáját.

HÍR-Titkárság

Az FVM Agrármarketing Centrum (AMC), mint kollektív marketing szervezet alkalmas arra, hogy elősegítse a program eredményeinek felhasználását az ország-, és régióimázs formálásában. Ezért célszerűnek tartottuk már a program lebonyolítását irányító HÍR-Titkárságot az AMC szervezeti keretén belül létrehozni.

A HÍR-Titkárság 1998-ban 3 fővel kezdte meg működését. A titkárságvezető és 2 munkatársának kiválasztása pályázati úton történt. A felvételi elbeszélgetésen jelen volt az AMC vezetőjén kívül az Euroterroirs program és a minisztérium képviselője is.

A munkatársak kiválasztásánál a következő fontos szempontokat vettük figyelembe:

- Felsőfokú, szakirányú szakmai képzettség.
- Jó szervezőkészség.
- Angol, francia felsőfokú nyelvtudás.
- A program célkitűzései iránti elkötelezettség.

A HÍR Titkárság fő feladatai a következők lettek (KISERDI-LOVIG, 2000):

- A gyűjtőmunka megszervezése.

- A termékleírások összegyűjtése.
- A gyűjtemény számítógépes adatbázisának létrehozása és működtetése.
- A termékek kiállításokon való megjelenítése.
- A gyűjtemény könyvkiadása.

A gyűjteménybe jelölt termékeket első ízben az 1998. évi FOODAPEST kiállításon, majd 1999. nyarán az FVM és az AMC támogatásával a Mezőgazdasági Múzeumban és a KÉKI által szervezett szakmai kiállításon mutatták be. Azóta a HÍR-program számos regionális és országos rendezvényen szerepelt, pl. Nagyszakácsi szakácsverseny, Szatmári szilvalekvárfőző verseny, Damjanich János Múzeum (Szolnok) és Nagykun Múzeum (Karcag) időszak kiállításai, Gazdanapok (Vajdahunyad vára), Csermajori sajtverseny, 2000. évi OMÉK. A 2000. és 2002. évi FOODAPESTEN is kiemelt helyet kapott az AMC kiállításán a HÍR-program eredményeként összegyűjtött termékek bemutatása, melyhez sikeres szakmai konferenciák is kapcsolódtak.

5.3.4. A gyűjtőmunka folyamata

A program megismertetése a szakemberekkel

A program széles szakmai körben való megismertetése érdekében főosztályunk 1998. júniusában és júliusában a Francia Kulináris Művészetek Nemzeti Tanácsának (CNAC) szakértői részvételével szakmai szemináriumokat szervezett, amelyeken több mint 120 szakember vett részt a következő szakterületi bontásban:

- A növényi eredetű élelmiszerek ágazati szakértői.
- Az állati eredetű élelmiszerek ágazati szakértői.
- A Tudományos Bizottság tagjai.
- A Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskola budapesti és vidéki tagozatainak igazgatói, vezető szaktanárai.
- A mezőgazdasági szakközépiskolák és gazdaszonyképzők igazgatói és vezető szaktanárai.

A nagyszámú szakember bevonása és a szemináriumokon kialakuló interaktív kommunikáció lehetővé tette a **brain storming** módszerének alkalmazását már a program gyűjtőmunkát előkészítő szakaszában. A szakemberek széles körére kiterjedő és intenzív brain storming eredményeképpen körvonalazódni látszott a gyűjtemény várható nagyságrendje. A szakértők megkérdezése és az európai gyűjtőmunka tapasztalatai alapján a program eredményeként legalább 300-400 tájjellegű, hagyományos élelmiszerből álló magyar gyűjtemény létrejöttére számítottunk, amelyek az Európai Gyűjtemény részévé válva elősegíthetik a magyar termékek

hírnevének fokozását, nemzeti imázs kialakítását az európai fogyasztók körében (PALLÓNÉ, 1998e).

A termékjavaslatok gyűjtése

A gyűjtőmunkának első szakaszában **a szakértői vélemények kérdőíves begyűjtésének módszerével igyekeztem** minél nagyobb számú termékjavaslatot összegyűjteni. Ennek során - az adatbázis későbbi könnyen kezelhetősége érdekében - egy egyszerűsített kérdőívet készítettem. Az adatkezelést a későbbiekben Excel adatbázisban kívántuk végezni. Ezután a **gyűjtés egységes szempontok szerinti megvalósítása érdekében egy oldalas termékleírás elkészítését kértem a javaslattevőktől, amelyben a javaslat elbíráláshoz szükséges termékjellemzőket kellett tömören megfogalmazniuk.**

A gyűjtőmunkát párhuzamosan, kétféle módon kezdtük meg, amelyek eredményét a későbbiekben kívántuk összeegyeztetni, illetve egymással kiegészíteni (KISÉRDIPALLÓ, 1998d):

a/ A még létező, vagy az emberek emlékezetében még fellelhető termékek felkutatása.

b/ Történelmi, bibliográfiai kutatások.

A gyűjtőmunkát két különböző irányban kívántuk végezni:

- Ágazati kutatások (terméktanácsok, MÉTE szakosztályok és más ágazati szakmai szervezetek segítségével), és
- Régiónkénti kutatások (főiskolai, középiskolai tanárok és diákok bevonásával).

A termékek gyűjtése sok ágon indult: felhívás szaklapokban (PALLÓNÉ, 1998f, 1998g), kutatóintézetek, szakemberek közvetlen megkeresése; felhívás az iskolákhoz; pályázat kiírása a Falusi Turizmus Országos Szövetségével együttműködve; kiállításokon való megjelenés során a látogatók ösztönzése a gyűjtésre.

A javaslattevők között szakmai szövetségek, egyesületek, gyártók, kutató- és felsőfokú oktatóhelyek, minőségügyi kérdésekkel foglalkozó szervezetek, középfokú oktatási intézmények, alapítványok és természetes személyek egyaránt voltak, számuk meghaladta a másfélszázat.

A szakértői vélemények **kérdőíves begyűjtésének eredményeként 1998. év végére 1148 termékjavaslatot regisztráltunk.** Ezek alkották a gyűjtemény első, ideiglenes listáját, amelyet ezután a Tudományos Bizottság a gyűjtemény kritériumrendszere alapján megvizsgált, és kiszűrte a nem megfelelőket.

Az ismertebb termékeket (pl. kecskeméti barackpálinka, csigatészta, gyulai kolbász) igen sokan bejelentették. Számtalan esetben kaptunk ételjavaslatokat (bográcsgulyás,

palóclevés, túrós csusza stb.). Ezek, a már korábban ismerttetett szempontok miatt, nem lehetnek a gyűjtemény részei. Olyan termékek felvételére is érkeztek javaslatok, amelyek hagyományosak voltak ugyan, de tájjellegű vonatkozások nem voltak kimutathatók (pl. bocskorszíjcukorka, zabkockatészta, krumplis pogácsa).

A kritériumrendszernek való előzetes megfeleltetés alapján végül 500 terméket talált alkalmasnak a Tudományos Bizottság, hogy a felkért szakértők bevonásával róluk a gyűjtemény számára termékleírások készüljenek.

A termékleírások kidolgozása és a gyűjtemény szűrése, finomítása

A gyűjtőmunka legnehezebb, komoly és elmélyült szakmai munkát igénylő szakaszában a **szakértői megkérdezés módszerét** választottuk (**Delphi módszer**).

Az ideiglenes listán fennmaradt termékek követelményrendszer szerinti jellemzőinek meghatározására alkalmaztuk a szakértői megkérdezés módszerét. Itt a felkért szakértők feladata az volt, hogy a gyűjtemény számára - a Tudományos Bizottság által kidolgozott kritériumrendszer alapján – a részletes (3-4 oldalas) termékleírásokat (előzetes termékleírások) elkészítsék. Az ehhez készített részletes - a korábban felmerült problémákat is tisztázó - útmutatót tartalmazza a 4.sz melléklet.

Az elkészült termékleírásokat a Tudományos Bizottság tudományos (ágazati és történeti szempontból) értékelte. További szűréseket végzett az előzetes termékleírásban foglaltak alapján a követelményrendszernek való megfeleltetéssel. Jelentős számban kellett ennek során kiszűrni azokat a termékeket, amelyek az igen szigorú követelményrendszernek nem feleltek meg, mert pl. nem rendelkeztek megfelelő történelmi múlttal, hagyományos technológia nem járult hozzájuk stb.. Az európai gyűjteménnyel való összhang érdekében nem vehettük fel az ételkonzerveket (pl. szegedi halászlé) a gyűjteménybe, annak ellenére, hogy ezek régi tájjellegű ételeink mai megjelenési formái, és ebben a mivoltukban is jelentős (ha nem is 50 éves) történetiséggel rendelkeznek. A Tudományos Bizottság végül 319 terméket választott ki véglegesítésre (KISÉRDI-PALLÓ, 2000).

Ennek során a Tudományos Bizottság ismét elvégezte a termékleírások kritériumrendszernek való megfeleltetését és ez alapján egy végső szűrést hajtott végre, különös tekintettel az európai gyűjteménynek való megfeleltetésre. **Ennek eredményeként 300 hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági termék és élelmiszerből, valamint 9 ásványvízből álló gyűjtemény elfogadását javasolta a Nemzeti Tanácsnak.**

5.4. A HAGYOMÁNYOK-ÍZEK-RÉGIÓK (HÍR) gyűjtemény rendszerezése

5.4.1. A termékek rendszerezése ágazatonként

A gyűjtemény termékeinek rendszerezéséhez a következő 15 ágazati csoportot határoztuk meg:

1. Cukrászati termékek
2. Édesipari termékek
3. Fűszernövények, fűszerek, ízesítők
4. Gabonafélék és malomipari termékek
5. Halászati termékek
6. Húskészítmények
7. Húsok, szárnyasok, vadak
8. Italok
9. Olajok és zsírok
10. Sütőipari termékek
11. Száraztészták
12. Tejtermékek
13. Termesztett, gyűjtögetett és feldolgozott gyümölcsök
14. Termesztett, gyűjtögetett és feldolgozott zöldségek
15. Egyebek

Az ágazati besorolás kialakítása során az Európai Gyűjtemény rendszerezési gyakorlatától két helyen kellett – hazai sajátosságainkból adódóan – eltérnünk:

- A száraztésztákra vonatkozóan – jelentőségükre való tekintettel – külön termékcsoporthoz hoztunk létre, amelynek indokoltságát a francia szakértők is elismerték.
- A vadon termő és gyűjtögetett növényeket nem tartottuk szükségesnek külön csoportba sorolni, hanem a termesztett, feldolgozott zöldségek és gyümölcsök termékcsoporthoz kiegészítettük gyűjtögetett termékekkel.

A gyakorlatban a besorolásnál a termék jellege volt a döntő. Így kerültek, pl. a lekvárok és a búzacsíramalé is az édesipari termékek közé, a libazsír pedig az olajok és zsírok csoportba. Az egyebek közé kerültek a tájmézek és a csiga.

5.4.2. A termékek rendszerezése régióként

A termékek régiós besorolása az EU által elfogadott és a területfejlesztési törvény (1996. évi XXI. Törvény a területfejlesztésről) által meghatározott tervezési-statisztikai régiók alapján (13. ábra) történt (KISÉRDI-PALLÓ, 2002b).

- Közép-Magyarország (Budapest és Pest megye).
- Közép-Dunántúl (Fejér, Komárom-Esztergom és Veszprém megye).
- Nyugat-Dunántúl (Győr-Moson-Sopron, Vas és Zala megye).
- Dél-Dunántúl (Baranya, Somogy és Tolna megye).
- Észak-Magyarország (Borsod-Abaúj-Zemplén, Heves és Nógrád megye).
- Észak-Alföld (Hajdú-Bihar, Jász-Nagykun-Szolnok és Szabolcs-Szatmár-Bereg megye).
- Dél-Alföld (Bács-Kiskun, Békés és Csongrád megye).



13. ábra: Magyarország tervezési-statisztikai régiói

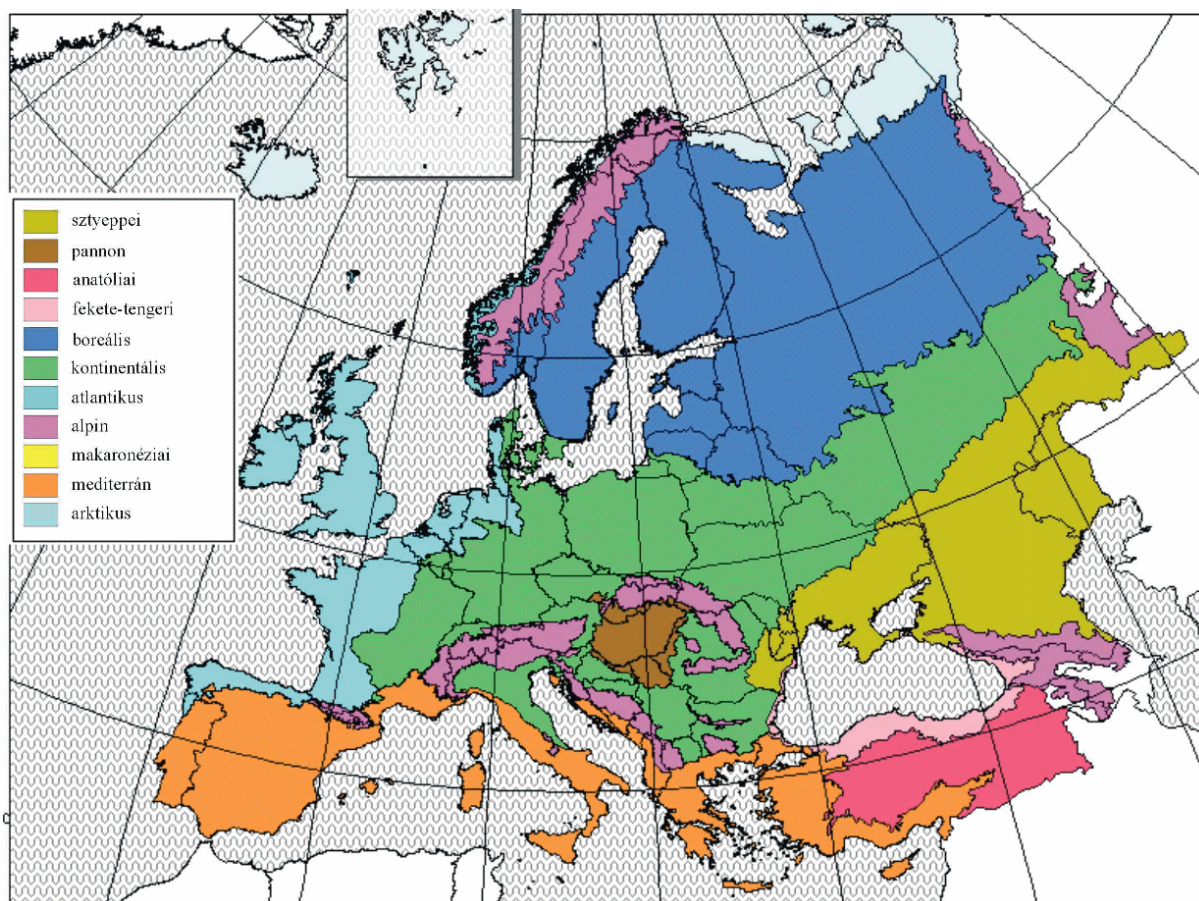
A termékleírásokban a régiós besorolás mellett a tájegység megjelölésével a régióon belüli előfordulás is szerepel.

A gyűjtemény régiós besorolásának egyik nehézségét éppen a tervezési-statisztikai régiók szerinti besorolás európai követelménye jelentette. A termékek történetileg kialakult földrajzi-termőtáji előfordulása nem feltétlenül követte a statisztikai régióbeosztást. Különösen abban az esetben, ha egy-egy termőtáj, tenyésztői terület az általában három megyét felölelő régió határán kívülre, egy másik régióba is

áthúzódott. Így egy-egy termék több statisztikai régióban is előfordult. Ilyen esetben a **történetileg első hiteles említés alapján helyeztük a megfelelő régióba.**

A régiók viszonylag kis mérete és egy-egy termék más régióban való megjelenése miatt esetenként több régióhoz is besoroltuk ugyanazt a terméket. Az első helyen megnevezett régió a termék bölcsője, a mai előállítás fő színhelye. A kötött tészta (hagymás zsírral megkent, feltekert, darabokra metélt és csomózás technikájával formázott levesbetét) például Szabolcs-Szatmár-Bereg megyében közismert, de fellelhető a Jászságban is (itt azonban kötött galuska a neve).

Továbbá figyelembe kellett vennünk tudományos szempontból a Kárpát-medence földrajzi egységét, sajátos ökológiai adottságait, közös történelmi múltját és kultúráját (BULLA-MENDÖL ,1947). Ezeknek a tudományos érveknek a figyelembevételével a gyűjtemény részének tekintjük a történetileg Magyarország határain kívülről származó, de Magyarországon is fellelhető termékeket (pl. kürtöskalács, pozsonyi kifli). A Kárpát-medence egységes földrajzának tudományos érvét még megerősíti Európa biogeográfiai régióit tartalmazó térképe (14. ábra) is a Pannon régióval (BALDI, 2002).



14. ábra: Európa biogeográfiai régiói

5.4.3. A termékleírások szerkezete

A leírások szerkezete, tagolása az európai gyűjtemény leírásaihoz hasonlóan történt. A termékleírások 15 pontba szedve tartalmazzák a termékekkel kapcsolatos leglényegesebb ismereteket:

- A termék neve.
- Más elnevezések.
- Változatok.
- Régió.
- Előfordulás a régión belül.
- Egyéb magyarországi előfordulás.
- Ágazat.
- Általános besorolás.
- Különleges egyesi jellemzők.
- Leírás.
- Történet.
- Felhasználás.
- Szakmai fogások.
- Gazdasági adatok.
- Irodalmi hivatkozások.

Az egyes rovatok kitöltése gondos, aprólékos munkát, sok esetben terepvizsgálatot, helyszíni tájékozódást igényelt a minél szabatosabb, ugyanakkor lényegre törő fogalmazás érdekében. Az ágazati leíróknak fel kellett tárniuk, van-e a terméknek más, pl. kevésbé ismert, a múlthoz vagy más tájegységhez kötött, egyéb elnevezése. A grillázstortát egyes helyeken, pl. pörkölt tortának is hívják.

A leírók vizsgálták továbbá a változatok előfordulását is. Ez alatt a formát, ízesítést stb. érintő, apróbb különbségeket értettünk (pl. kézi és gépi készítésű konyakos meggy).

Az előfordulás régióját a lehető legpontosabban kellett behatárolni. A régiók viszonylag kis mérete és egy-egy termék más régióban való megjelenése miatt esetenként több régióhoz is besoroltuk ugyanazt a terméket. Az első helyen megnevezett régió a termék bölcsője, a mai előállítás fő színhelye. A gomolya (régén juhtejből, ma főleg tehéntejből előállított röglyukas friss sajt) például Észak-Magyarországon palóc gomolyaként ismert, de elterjedt az Észak-Alföldön is, ott

Kunság gomolya néven. Ma is főleg azokon a területeken állítják elő, főleg kis üzemekben, ahonnan származik, bár forgalmazása országos.

A leírás lényeges eleme a különleges, egyedi jellemzők tömör megfogalmazása, mely a termék gyűjteménybe kerülése lényegi indoklásának is tekinthető. A leírás lényeges eleme a termék küllemének, tömegének, érzékszervi tulajdonságainak, összetételének részletező, objektív ismertetése.

Külön pont foglalkozik a felhasználási mód sajátosságaival, jellegzetességeivel. Ki, mikor fogyasztja, ha alapanyagról van szó, hogyan készítik el. A régi felhasználási szokásokat is megemlítjük. Ebben a kérdésben szoros együttműködésre volt szükség az ágazati és a történeti leírók között. A ma is lakodalmi kalács funkciót betöltő kulcsos kalácsnál (Dél-Alföld, Jászság) pl. megemlítjük, hogy a vőfély kulacsát díszítette, a báméskodókat kínálták vele, ajándékba adták a lelkésznek.

A termékleírás lényege a szakmai fogások ismertetése. Ez a leghosszabb, legrészletesebben kidolgozott ágazati anyagrész, amelyben a leírók a teljes gyártási folyamatot bemutatják, kiemelve azokat a lépéseket, amelyek a termék jellegét alapvetően meghatározzák. Nagyon fontos volt megtalálni a készítménymód és a receptura leírásának azt a mélységét, amely még bizonyítja a speciális tudásanyag meglétét, ugyanakkor nem érint gyártási titkot (üzemi méretekben előállított termékeknél, pl. Zwack unicum), illetve a közösségben hagyományozódó termékeknél (pl. tepertős pogácsa, kalácsfélék, kecskesajt) tekintettel van a készítési szokások heterogenitására.

A gazdasági adatok a 2000. évre jellemző adatokat mutatják. Az összegyűjtött gazdasági adatok bizonyítják a termékek valóságát, képet adnak a jelenlegi termesztés nagyságáról, a termelési volumenről.

A címjegyzék egyedülálló információkkal szolgál a gyűjteményben szereplő termékek fellelhetőségéről (előállítók, forgalmazók feltüntetésével).

A leírók a tudományos igényesség követelményeinek megfelelően irodalomjegyzéket is mellékeltek munkájukhoz, feltüntetve a szóbeli adatszolgáltatókat is.

A termékleírások szemléltetésére egy példa, a Nemzeti Tanács által elfogadott gyűjteményből a fumu vagy babaalakú kalács leírása - leírók: Kovács Miklósné-Horváth Sándor)- az 5.sz. mellékletben található.

A HÍR gyűjtemény termékeinek listáját az AMC által gondozott Excel adatbázis tartalmazza. Előnyei, hogy egyszerűen kezelhető, felhasználóbarát, a program irányított keresést, szűrést tesz lehetővé az adatbázisban. A termékcsopontonkénti szűrésre mutat példát a 6.sz. melléklet. Hátránya az Excel adatbázisnak, hogy csak a termékek listáját és legfontosabb adatait (termék megnevezése régiója, ágazata, termékleíróik neve) tartalmazza, a termékleírásokat nem foglalhatja magában. Ezért is

tartottuk fontosnak a gyűjteményt nyomtatott (könyv) és elektronikus formában (CD) is kiadni.

5.4. A HAGYOMÁNYOK-ÍZEK-RÉGIÓK (HÍR) gyűjtemény elemzése

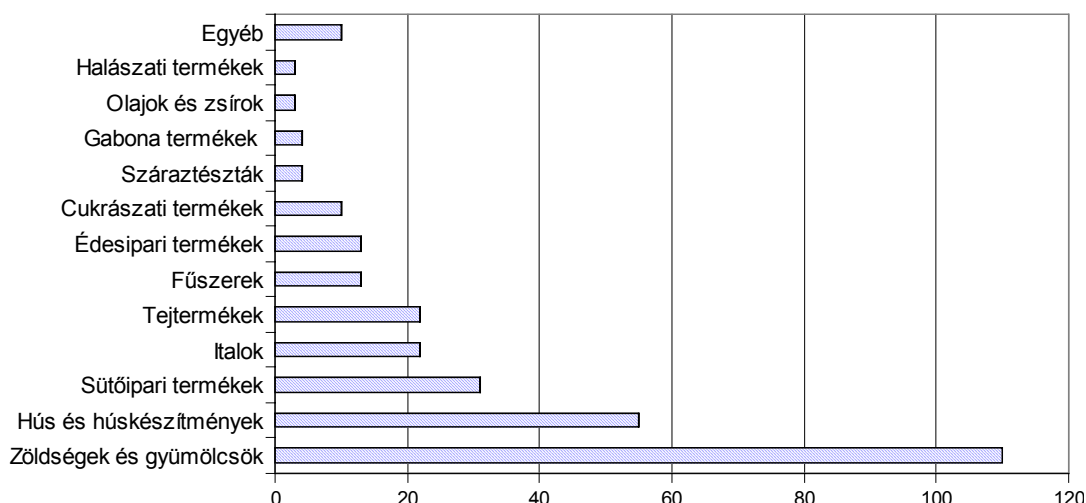
A HAGYOMÁNYOK-ÍZEK-RÉGIÓK Program a tudomány által eddig feltáratlan terület, a hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági termékek és élelmiszerek egységes szempontok szerint történő leírására és a termékleírások régiók, illetve ágazatok szerint rendszerezett gyűjteménnyé alakítására vállalkozott. Az így létrehozott 300 termékleírásból álló gyűjteménynek (ld.7.sz.melléklet) – mint új kutatási eredménynek – igen nagy a jelentősége (PALLÓNÉ, 2002).

5.4.1. A HÍR Gyűjtemény elemzése ágazati szempontból

A Gyűjteménybe került termékek ágazati megoszlása szerint a legtöbb termék a következő termékcsoporthoz sorolható (KISERDI-PALLÓ, 2002b):

- Termesztett, gyűjtögetett és feldolgozott gyümölcs és zöldség (110).
- Hús és húskészítmények (55).
- Sütőipari termékek (31).
- Italok (22).
- Tejtermékek (22).

Ez a megoszlás jól követi hazánk élelmiszergazdaságának történetileg kialakult termelési szerkezetét (15. ábra).



15. ábra: A HÍR-gyűjteményben szereplő termékek ágazatonkénti megoszlása

A termékek között kiemelkedően magas a zöldségek és gyümölcsök száma. A zöldségek-gyümölcsök gyűjteményen belüli arányát összehasonlítva (8. táblázat) más

országok gyűjteményeivel, megállapíthatjuk, hogy a magyar gyűjteményben a többi országhoz képest is kiugróan magas a zöldség-gyümölcs ágazat aránya. Ezek a tájfajták mind egy-egy régióhoz köthetők, különleges íz, illat, színanyagaikat a Kárpát-medence sajátos éghajlati adottságaitól kapták.

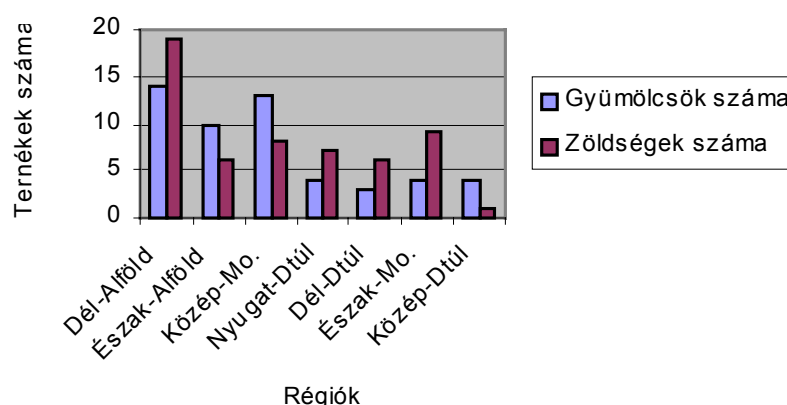
8. táblázat. A zöldség-gyümölcs termékek arányának összehasonlítása egyes európai országok gyűjteményeivel

Ország	Zöldség	Gyümölcs	Zöldség-gyümölcs	Összes termék	Zöldség-gyümölcs/összes termék (%)
Magyarország	56	54	110	300	37 %
Nagy-Britannia	24	28	52	395	13 %
Németország	11	16	27	300	9 %
Spanyolország	46	35	81	532	15 %

A gyümölcsök és zöldségek regionális megoszlása alapján (16. ábra) megállapítható, hogy hagyományos, tájjellegű gyümölcsfajtában leggazdagabb három régiónk a következő:

- Dél- Alföld (14)
- Közép- Magyarország (13)
- Észak- Alföld (10)

A hagyományos és tájjellegű zöldségfajtákban leggazdagabb régió szintén a Dél-Alföld (19). A többi régió zöldségfajtákra vonatkozó számszerű adatai igen közel állnak egymáshoz. Észak-Magyarország 9, Közép- Magyarország 8, Nyugat-Dunántúl 7, az Észak-Alföld és Dél-Dunántúl 6-6 zöldségfélével szerepel a gyűjteményben.



16. ábra: A gyűjteményben szereplő gyümölcsök és zöldségek megoszlása régióként

Az egyes régiókon belül szereplő nagyszámú termesztett, gyűjtögetett és feldolgozott gyümölcs- és zöldségfélék (9. táblázat) agrártörténeti magyarázata röviden a következőképpen foglalható össze (PALLÓNÉ, 2002d):

**9. táblázat: Jellegzetes termesztett és feldolgozott zöldség-gyümölcs régióként
(PALLÓNÉ, 2003k)**

Régió megnevezése	Jellegzetes termékek
Dél-Alföld	Makói vöröshagyma*, Szentesi étkezési fehér paprika Kecskeméti kajsziбарack, Szatymazi (szegedi) őszibarack
Észak-Alföld	aszalt alma, aszalt körte, aszalt szilva, Besztercei szilva, Milotai dió Nagydobosi sütőtök, Hajdúsági torma, Szatmári Szilvalekvár, Somlekvár
Közép- Magyarország	Nagymarosi gesztenye, Nagymarosi málna, Szobi ribiszke Vecsési káposzta, Vecsési savanyú káposzta, Budafoki csiperkegomba
Nyugat- Dunántúl	Fertődi téli alma, Zalai körte, Mosoni káposzta, Hegykői zeller, Kerekrépa
Dél-Dunántúl	Bogyiszló paprika, Mohácsi áttelelő kelkáposzta, Iharosberényi gesztenye, Bodzalekvár
Észak- Magyarország	Hevesi (Csányi) görög és sárgadinnye, Boldogi étkezési paprika, Gönci kajsziбарack, Hatvani paradicsom, Aranyfácán sűrített paradicsom, Vargányák
Közép- Dunántúl	Cecei étkezési fehérpaprika, Alsószentiváni dió, Káli mandula

Dél-Alföld: A Dél- Alföldön a XIX. század közepétől kialakult egy speciális, kertkultúrás tanyarendszer, ahol a régi állattenyésztő tanyák helyén - a legelő területek feltörése, művelés alá vonása miatt- intenzív és belterjes zöldség - gyümölcs termesztés jelent meg. Ennek olyan nagyra nőtt a volumene, hogy külön zöldség-gyümölcs piacok jöttek létre (pl. Kecskemét, Cegléd, Nagykőrös) a régióban. A gyümölcstermesztésben a tájfajták (cseresznye, meggy, kajszi) és a hagyományos fajták (alma, szilva) domináltak. Az Alföld ökológiailag kedvező adottságú területein öntözéses, hajtatasos zöldségtermesztés alakult ki. A nagyvárosok közelsége nagy felvevő piacot jelentett. A XIX.század második felétől már külföldön (elsősorban Ausztriában és Németországban) is ismertté váltak ezek a kiváló minőségű, beltartalmi értékben gazdag, zamatos gyümölcsök és zöldségek (mint pl. kajsziбарack, zöldpaprika, fűszerpaprika, hagyma).

Észak-Alföld: Magyarország keleti területén, a folyók ártereiben, illetve a városok környékén lévő szőlő-gyümölcs övezetekben, úgynevezett „kertségekben” nagy hagyománya van a gyümölcstermesztésnek. Az aszalás a répacukor elterjedése előtt a

* földrajzi árujelzős termék

tartósítás általános eljárása volt a XVI.-XVII. században. Az aszalványok kereskedelme is jelentős volt. Az aszalt gyümölcsök többségét a szilva adta, de mellette az alma és körte szárított változatai is ismertek voltak. Az alföldi, homoki gyümölcskultúrák XIX.-XX. századi kialakulásával a gyümölcsaszalás elvesztette korábbi jelentőségét.

Közép-Magyarország: A régió gyöngyszeme, a Dunakanyar és környéke híres gyümölcs és csemegeszőlő termesztő körzetének története az Árpád-korig nyúlik vissza (Nagymarosi csemegeszőlő, gesztenye). A káposzta és a savanyított zöldségek révén a régió nagy jelentőségű központja Vecsés és környéke. Buda környékének jó agroökológiai adottságai kedveznek a baracktermesztésnek (Buda vidéki őszibarack és kajszibarack). Az 1880-tól mind erőteljesebben pusztító filoxéra miatt kipusztult szőlők helyére javasolta az akkori kormányzat a gyümölcstermesztést, amelynek eredményét már az 1895- évi mezőgazdasági statisztikai adatok is igazolják (CSOMA, 1998). A főváros közelsége pedig folyamatosan kedvező ökonómiai feltételeket, biztos felvevő piacot biztosít a Buda környéki ültetvényeken termesztett gyümölcsöknek.

Nyugat-Dunántúl: A győri, szigetközi, valamint a fertődi és mosoni táj termékeny öntéstalaja kiválóan megfelel a zöldség-, különösen a káposzta termesztés feltételeinek (Mosoni káposzta, Fertőd vidéki sárgarépa, Hegykői zeller).

Dél-Dunántúl: Az enyhe tél a korai és áttelelő zöldségek és gyümölcsök termesztésének kedvez (Pécsi /Szekszárdi) szagos szőlő, Mohácsi áttelelő kelkáposzta, Somogyi korai burgonya).

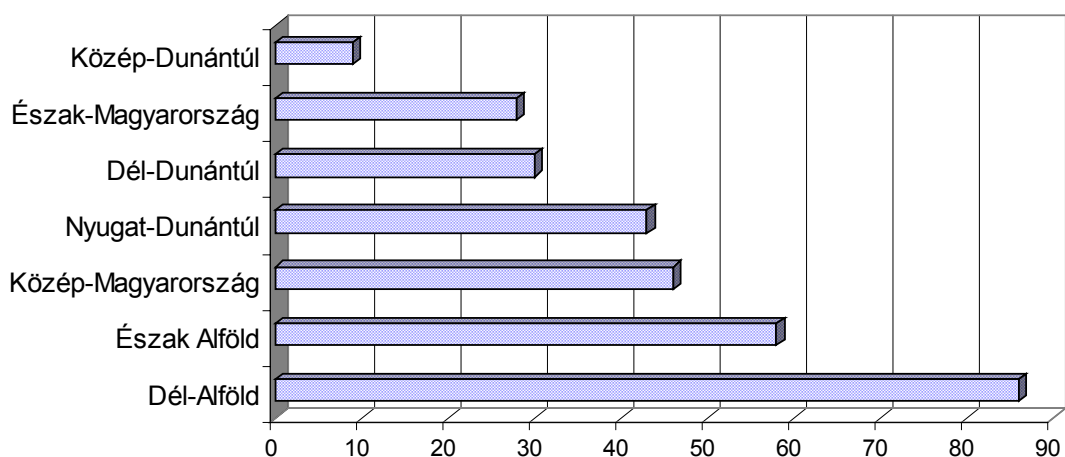
Észak-Magyarország: A jó ökológiai adottságú hevesi tájon a zöldség-gyümölcs termesztés régóta jó hírnévnek örvend (pl. hevesi görögdinnye, boldogi paprika, hatvani paradicsom). Ezekre épül a régió tartósítóipara (pl. Aranyfácán paradicsomsűrítmény). A régió különlegességei a gyűjtögetett gombák)

Közép-Dunántúl: A Balaton és környékének sajátos természeti adottságai, mikroklímája határozza meg e régió jellegzetes termékeinek körét. Badacsony tájának jellegzetes gyümölcsei a cseresznye, őszibarack és a mandula, melyekkel a Balatonnál nyaralók igényeit elégítik ki.

5.4.2. A HÍR gyűjtemény elemzése régióként

A regionális megoszlás alapján (17. ábra) megállapítható, hogy a termékben leggazdagabb három régió a következő:

- Dél- Alföld (86 termék),
- Észak- Alföld (58 termék) és
- Közép- Magyarország (46 termék).



17. ábra: A HÍR-gyűjtemény termékeinek régiónkénti megoszlása

Az egyes régiókra jellemző termékcsoporthoz (10. táblázat) agrártörténeti magyarázata röviden a következőképpen foglalható össze (KISÉRDI-PALLÓ, 2002b):

Dél-Alföld: A régió viszonylag kedvező ökológiai adottságokkal rendelkezik, az általában termékeny talajokon már több évszázada intenzív növénytermesztési, kertkultúrák alakultak ki, a sokszor szélsőséges kontinentális időjárás ellenére. Olyan jelentős és világhíres termeszítő körzetek, termőtájak és termékek tartoznak ide, mint a szegedi, kalocsai fűszerpaprika, a Csongrád megyei makói hagyma, a szentesi zöldségtermesztő táj, a gyümölcstermesztéséről híres kecskeméti, keceli, csengődi, szatymazi termeszítő körzetek vagy a békési, a Duna-Tisza közti csemegeszőlő. Állattenyésztése és húсарu-előállítása révén is jó hírnévnek örvend a régió, hiszen a cigája, a juh vagy a kendermagos tyúk, illetve a gyulai és a békéscsabai kolbászok, a szegedi Pick szalámi vagy az orosházi baromfitermékek méltán ismertek és elismertek határainkon belül és túl. A paraszti-polgári életmód fejlődését jelzik azok az alkalmi, ünnepi termékek (kulcsos kalács, grillázstorta).

10. táblázat. Jellegzetes termékcsoporthoz/termékek régiónként

	Régió megnevezése	Jellegzetes termékcsoporthoz, termékek
1.	Dél-Alföld	Zöldség-gyümölcs: Makói vöröshagyma*, Szentesi étkezési fehér paprika, Kecskeméti kajsziabarack, Szatymazi (szegedi) őszibarack Húskészítmény: Szegedi téliszalámi*, Röskei szalámi, Bácskai hurka Pékáru: Kulcsos kalács, Paprikás kalács Fűszer: Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény*, Borsikafű, Borókabogyó

* földrajzi árujelzős termék

2.	Észak-Alföld	Hús: Hortobágyi (racka juh), Magyar szürke szarvasmarha Zöldség-gyümölcs: Nagydobosi sütőtök, Hajdúsági torma, Besztercei szilva, Milotai dió Ital: Szatmári szilvapálinka*, Szabolcsi almapálinka* Cukrász és pékáru: Debreceni vert mézes, Debreceni vásári füzéres perec, Kürtöskalács Szárasztás: csigatészta, kötött tészta
3.	Közép-Magyarország	Édesipari termék: Konyakmeggy, Negro, Szaloncukor Cukrászati termék: Gerbeaud szelet, Kugler (mignon), Rigó Jancsi Ital: Zwack Unicum, Dreher sör
4.	Nyugat-Dunántúl	Tejtermék: Lajta sajt, Óvári sajt, Csermajori teasajt Zöldség-gyümölcs: Mosoni káposzta, Zalai körte Pékáru: Rábaközi perec, Fumu (Baba alakú kalács), Pozsonyi kifli
5.	Dél-Dunántúl	Húskészítmény: Kulen, Stifolder, Szajmóka Zöldség-gyümölcs: Mohácsi áttelelő kelkáposzta, Iharosberényi gesztenye Vadhús: dämavad, gímszarvas, vaddisznó
6.	Észak-Magyarország	Italok: Gönci barackpálinka, Sompálinka, Tokaji borpárlat Zöldség-gyümölcs: Gönc vidéki kajsziбарack, Hevesi (Csányi) sárgadinnye, Boldogi étkezési paprika, Ízletes kucsmagomba Tejtermék: gomolya, juhtúró
7.	Közép-Dunántúl	Ital: Badacsonyi ürmös Pékáru: Fehérvári kukoricás kenyér

Észak-Alföld: Szikes és homokterületek, tanyás-kertes települések, az állattenyésztés és növénytermesztés termékei jellemzik a régiót. A hatalmas legelőkkel, pusztával rendelkező régió őrzi a korábbi évszázadok állattenyésztésének hírét (szürkemarha, rackajuh). Számos cukrász- és pékáru igazolja a módos hajdúsági polgárság étkezési igényét. Egyúttal a pásztor életformához tartozó lebbencs vagy kötött tészták is megtalálhatók. A dél-alföldi ökológiai adottságokhoz képest mostohább körülményei, szélsőségesebb időjárása, a nagyobb hőmérsékleti ingadozás ellenére számos régiós termékkel büszkélkedhet. Természetes történeti, közigazgatási központja Debrecen. A régiós központ Erdély, a Partium és a Felvidék között jelentett állandó kapcsolatot nagy ívű, távolsági kereskedelmével. Erdély és a Partium közelsége megmutatkozik egyebek között a kürtöskalács, a pászkakalács, a parenyica sajt, a lány kecskesajt és a kecsketúró készítésében.

Közép-Magyarország: A pest-budai, illetve 1873-tól a budapesti asszimiláló zsidó-német polgárság élelmiszeripari termékeinek sokaságát mutatja a régió. Ebben az

időben Magyarország – és különösen Budapest – élelmiszeripari (malom, édesipari, sör-, és szeszipari, illetve kereskedelmi) központ és nagyhatalom volt Közép-Európában. Nagyszámú édesipari és cukrászati termék jelezte a polgári társasági élet jelentősebbé válását, a szabadidő kávéházi és cukrászdai eltöltését. Budapest a XIX–XX. század fordulójára a kávéházak, a cukrászdák, a vendéglők fővárosa lett, ami európai léptékű fejlődést mutatott. A kedvelt édességek között olyan híres, speciálisan magyar termékek is találhatók, mint a dobostorta, a konyakos meggy, a Negro, a Tibi csokoládé, a szaloncukor vagy a Zwack Unicum. A sokféle sörnek nagy fogyasztói, felvevői voltak a főváros kétékezi munkásai.

Nyugat-Dunántúl: Az Alpok-alja csapadékos és viszonylag hűvös, kedvezőtlen talajú területe az archaikus gabonaféléket (pohánka, tönkölybúza, köles, alakor) és a gyűjtögető gazdálkodás termékeit, ősi gyümölcsfajtaikat, salátanövényét (kerekrépa) nyújtja, amivel szemben a Rábaköz, Győr térsége Bécs főzelék- és gyümölcsöskertjét jelentette évszázados termékeny területével. (Mosoni káposzta, Fertőd vidéki sárgarépa, Hegykői zeller). Ez utóbbi térségben megfigyelhető a helyi módos kereskedők, parasztpolgári rétegek, céhek termékeinek, valamint a szomszédos, egykor magyar koronázási város, Pozsony polgárosult lakossága által termelt élelmiszeripari termékeknek a szoros kapcsolata (Pozsonyi kifli). A fejlett állattenyésztést és a tejfeldolgozást a termékek nagy száma jelzi, ami egyben az Óvári Akadémia 1818 óta vezető szerepét és hatását is mutatja.

Dél-Dunántúl. Baranya megyében a 18. században betelepített németek hozták magukkal és terjesztették el a régió jellegzetes húskészítményeit (stifolder, kulen, szajmóka). A könnyen felmelegedő terület, a termékeny talaj és az enyhe tél a korai és áttelelő zöldségek és gyümölcsök termesztésének kedvez (Pécsi/Szekszárdi szagos szőlő, Mohácsi áttelelő kelkáposzta, Somogyi korai burgonya). A dús lombú gemenci, baranyai, somogyi erdők nagyvadak (dámvad, gímszarvas, vaddisznó) élőhelyei.

Észak-Magyarország: A régió nagy részét hegy- és dombvidék alkotja, sík vidékek csak a régió déli részén, az Alfölddel határos területen vannak. Északon szomszédos Szlovákiával, a Felvidékkel. Ennek a földrajzi elhelyezkedésnek megfelelően élelmiszeripari termékei szoros kapcsolatot mutatnak a Felvidékkel: gyűjtögetett gombák, juhtúró, kassai fekete vagy cigányszalonna, szepesi virsli – ez utóbbi termékek már utalnak a szepességi szabad királyi városok (Kassa, Bártfa, Lőcse, Eperjes) középkori városi polgárságának ízlésére és fogyasztási szokásaira. Tokaj-Hegyalja hagyományosan híres termékei révén több évszázada tartott fenn kapcsolatokat Lengyelország és Oroszország irányában. Az erdei termékek az egykori népi gazdálkodás gyűjtögetési archaikus módszerének emlékei. Ezek mellett a feldolgozó-, konzervipari termékek a táj híres gyümölcs-, (szomolyai fekete cseresznye, gönci kajszli, gyöngyösi piros köszméte, egri alma) és

zöldségtermesztésének (hevesi dinnyék, hatvani paradicsom) a hírmondói. Fejér megyében az alsószentiváni dió és a fehérvári kukoricás kenyér képviseli a kevés számú régiós terméket.

Közép-Dunántúl: Termékeny síkvidéki (Mezőföld) részén, a Bakony, a Dunántúli Középhegység déli, védett lejtőin kimondottan regionális termék alig található, de a terület közepén, a Balaton környékén több speciális termék alakult ki. Badacsony tájához kötötteen jellegzetes többek között az ürmös, a cseresznye, az őszibarack és a mandula – az utóbbi termékek a XIX. század végétől a balatoni nyaraló és fürdővendégek igényeit szolgálták ki, az ürmös viszont a kishemesi gazdálkodás egyik utolsó hírmondója, a nemesi életforma megszélyesítője.

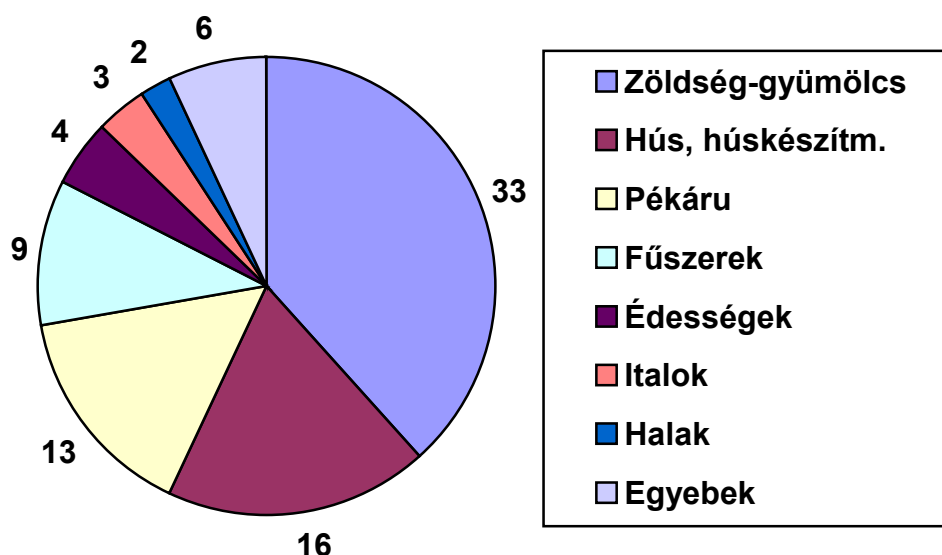
A Dél-Alföldi régió termékstruktúrájának részletes elemzése

A gyűjtemény hagyományos és tájjellegű termékekben **leggazdagabb régiója a Dél-Alföld, összesen 86 termékkel.**

A régió jelenlegi gazdasági struktúráját jellemzi, hogy a mezőgazdaságban termelt GDP egy főre jutó értéke másfélszer akkora, mint az ország megyéinek átlaga. Az ország mezőgazdasági GDP-jének mintegy negyedét a dél-alföldi régióban állítják elő. Fő probléma azonban, hogy a Dél-Alföldön megtermelt nyerstermékek nagy része feldolgozatlanul hagyja el a régiót, így a bruttó hozzáadott érték nem itt realizálódik (KSH,2001).

A Dél-Alföld Magyarország élelmiszergazdasági szempontból legjelentősebb, nagy múltú, speciális termesztési és feldolgozási hagyományokkal rendelkező régiója. A termékek nagy részét azokon az állattenyésztő és kertkultúrás tanyákon állították elő, amelyek a XVIII. századi, nagy határú legelők feltörése után, a gabonaközpontú szántóföldi növénytermesztés területén alakultak ki. Ezek jelentették az alföldi agrár- és élelmiszeripari termelés egyik alapját. A paraszti-polgári fejlődést jelzik az ünnepi sütőipari termékek, például a Mindszenti kalács. A régió sajátossága a fűszernövények, fűszerek nagy száma. Csak ebben a régióban fellelhető termék, a fűszerpaprika speciális felhasználási módjaként, a paprikás kalács. Végül, de nem utolsósorban a régió különlegessége a Tiszai ponty és a harcsa.

A termékek ágazatonkénti megoszlása a következő (18. ábra):



18. ábra: A dél-alföldi régió termékeinek ágazati megoszlása

33 zöldség-gyümölcs, pl. makói vöröshagyma* és fokhagyma, szentesi paprika, húsvéti rozmaring alma, szatymazi (szegedi) őszibarack, kecskeméti kajszibarack

16 hús, húskészítmény, pl. cigája juh, mangalica sertés, kendermagos magyar tyúk; csabai kolbász, gyulai kolbász, Szegedi (Pick) téliszalámi*, cigánka

13 sütőipari termék, pl. kulcsos kalács, Mindszenti kalács, paprikás kifli, szegedi vágott kenyér

9 fűszer, pl. cseresznyepaprika, Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény*, Szegedi fűszerpaprika-őrlemény*

4 édesipari termék, pl. pemetefű cukorka

3 ital, pl. ágyaspálinka, Kecskeméti barackpálinka*

2 halfajta: Tiszai nyurga ponty, Tiszai szürkeharcsa

6 egyéb termékcsoporthoz tartozó termék: grillázs torta, hántolt köles, libazsír, tarhonya, sonkasajt, selyemkóró-méz.

Következtetések, javaslatok

A magyar gyűjteménybe tudományos szempontok alapján kiválasztott termékek részét képezik nemzeti-kulturális örökségünknek, kapcsolódásuk az európai élelmiszer örökséghez pedig ékes bizonyítékai európaiságunknak. Termesztésük, előállításuk korunkban nemcsak a hagyományok ismeretét jelenti, hanem a fogyasztók különleges minőségű termékek iránti fokozódó igényének kielégítését, a hagyományokra építő termék innovációt is szolgálja. Összegyűjtésük, védelmük, használatuk, forgalmazásuk

* földrajzi árujelzős termék

elősegítése élelmiszergazdaságunk szerkezeti struktúrájának megőrzése, és versenyképességének fokozása szempontjából is nemzeti érdekünk.

A termékleírások gyűjteménye kétkötetes könyv alakjában 2002 tavaszán 2000 példányban jelent meg. A színes fényképekkel gazdagon illusztrált, összesen 781 oldal terjedelmű könyvet az FVM és az AMC eljuttatta a megyei FM hivatalok, regionális vidékfejlesztési irodák, SAPARD regionális irodák, szakirányú közép- és felsőoktatási intézmények, valamint kutatóintézetek, továbbá a közkönyvtárak, közgyűjtemények, múzeumok, külképviseletek, nagykövetségek számára.

A HÍR gyűjtemény létrehozásával olyan tudásbázis alapja teremtdött meg, amely táptalaja további tudományos szakmai elemzéseknek, következtetések levonásának. Ez a munka szakmai és történeti szempontokat egyaránt integráló kutatást jelent:

- A gyűjtemény, mint az agrártörténet új adatbázisa az agártörténészek számára még sok szempont szerint lesz vizsgálható. Ezek eredményei nemcsak a termelésbe engednek majd betekintést, hanem a társadalmi háttérre, a mesteremberek és a termelő-gyártó közösségek életére, egy-egy agrártájra vonatkozó megannyi részletező információval fognak szolgálni.
- További kutatási irányt jelenthet a határon túli területekre kiterjeszteni a gyűjtést, a határon túli magyar egyetemekkel való együttműködés keretében.
- Fontos kutatási terület lehet a gyűjteményben szereplő tájjellegű zöldség és gyümölcsfajták termesztésben vonásának lehetőségeit megvizsgálni, különös tekintettel az Európai Unió fajtaoltalmi szabályaira.

5.5. A hagyományos és tájjellegű magyar élelmiszerek ismertségének vizsgálata

A vizsgálat célkitűzése az volt, hogy felmérjük a HAGYOMÁNYOK - ÍZEK - RÉGIÓK gyűjteményben található termékek ismertségét a fogyasztók körében. A gyűjteményből kiválasztottuk a gomolyát, mint hagyományos módszerrel előállított, régióhoz köthető terméket és e termékkel, mint a gyűjtemény reprezentatív termékével kapcsolatban részletesen vizsgáltuk a fogyasztói magatartást, valamint azt, hogy a sajt fogyasztási szokások mennyire változtathatók a hagyományos termékek javára (POPOVICS-PALLÓNÉ, 2003).

5.5.1. A vizsgálat anyaga

A vizsgálat anyagának a gomolya sajtot választottuk. A termék neve és gyártási eljárása magyar know-hownak minősül. Ugyanakkor ez a sajtfeleség sajátos regionális jelleggel rendelkezik még ma is. Elsősorban Észak-Magyarországon és az Észak-Alföldön állítják elő, de forgalmazása országos. Elsősorban a kisebb üzemek

foglalkoznak az előállításával, amely döntően ma is a hagyományos készítmóddal történik. A termelt mennyiség igen csekély, mindössze 500 tonna/év körül alakul.

A termék leírása

Elnevezés: Gomolya (Észak- Magyarország)

Más elnevezése: palócz gomolya. Kunság gomolya, sváb gomolya.

Változatok: juh, tehén és kecskegomolya, natúr és füstölt.

Egyéb előfordulás: Észak-Alföld, Dél-Alföld

Különleges egyedi jellemzők: gazdag röglyukassága ellenére jól szeletelhető. Látványos megjelenésű, friss sajtféleség.

Leírás

A gomolya cipó formájú (innen kapta a nevét), sózott, röglyukas, friss sajt. Tömege kb. 3 kg, külseje sima, de felismerhető rajta a csurgatóvászón rajzolata, kissé nedves tapintású. A sajttészta egyenletesen csontfehér, röglyukas, jól szeletelhető, illata és íze üde, friss, tejsavas, kellemesen aromás.

Amíg régebben a nyers juhtej, a XX. század első felében pedig a nyers vegyes tej volt jellemzően az alapanyaga, ma főleg iparilag pasztörözött tehéntejből állítják elő.

Történet

Gomolya szavunk első említése 1594-ből való („gomoliák”). A Balkán felől érkező, majd megtelepedő vlach-jogú pásztornépekkel került hozzánk. A juhtejből készült gomolya a XVI-XVII. században már közönséges piaci termék, a pásztorok adózásának forrása. Nyugat-Magyarországon 1643-ban már elkülönítik a juhsajtot és a tehéntejkészítményt (vesling sajt).

A XIX-XX. században már általánosan elterjedt a sajt készítése a juhászatokban éppúgy, mint a tehenészetekben. Mindkettőre elfogadottá válik a gomolya elnevezés.

A vizsgálat anyagának kiválasztása tehát a hagyományosság és a tájjelleg kritériumainak is megfelelt. Ezen kívül a gomolya könnyen kezelhető, kóstoltatáshoz is ideális termék.

5.5.2. A vizsgálat módszere

A vizsgálat módszerül a kóstoltatással egybekötött kérdőíves fogyasztói megkérdezés módszerét választottuk.

A kérdőív (8.sz.melléklet) kvantitatív jellegű, 16 zárt valamint 1 nyitott kérdést tartalmazott. A kérdések összeállítása tölcsértechnikával történt. Ez a technika az általánostól halad a különleges felé, így a kérdezettek fokozatosan megnyílnak, és a bonyolultabb kérdésekre is könnyebben válaszolnak.

A 150 darab kérdőív lekérdezése a FOODAPEST 2002 kiállításon történt. A kiállítás 4 napja alatt az Agrármarketing Centrum HÍR standján kóstoltattuk a gomolya magyarországi változatait.

A 150 darab kitöltött kérdőívből 113 tartalmazott értékelhető adatot, melyeket Microsoft Excel segítségével dolgoztunk fel. A válaszadók között 71 nő és 42 férfi volt. 65 válaszadónak egyetemi, 44-nek középiskolai és 3-nak általános iskolai végzettsége volt. A földrajzi megoszlást tekintve 39 budapesti, 52 más városban lakó, és 22 községben élő kiállítás-látogató válaszolt.

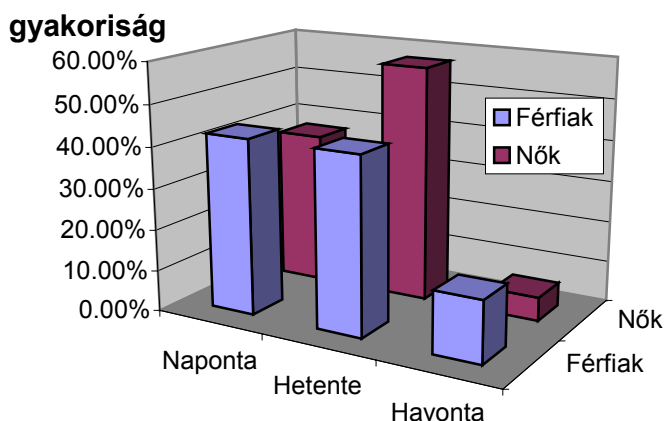
5.5.3. A válaszok általános elemzése

Az első kérdésre, amely az volt, hogy evett-e már gomolya sajtot 91 % válaszolt igennel és 9 % nemmel. A válaszadók 86 %-a mondta azt helyesen, hogy eredetileg juhtejből készítették a gomolyát, a maradék 14 % megoszlott a kecske, illetve tehéntej között.

A válaszadók közül 68 jelölte meg, hogy a juhtejből készült gomolyát vásárolja, illetve vásárolná szívesen, és 41 szavazatot kapott a kecske illetve vegyes tejből készült sajt. Meglepő módon a tehéntej alapú gomolyát csak 28-an jelölték meg.

A vásárlási és fogyasztási gyakoriságot két kérdés is vizsgálta nemek szerint. Az általános sajt fogyasztási szokások (ebbe a körbe mindenféle sajt beletartozik) a következőképpen alakulnak nemek szerint:

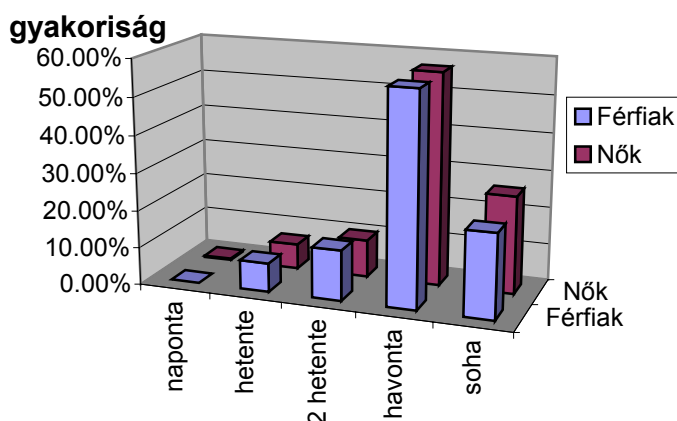
A hölgyek rendszeresen naponta és hetente fogyasztanak sajtot, míg a férfiak hetente kevesebb sajtot esznek, mint a nők. A férfiak közül 15 % csak havonta fogyaszt sajtot, ami elég érdekes adat, ha figyelembe vesszük a sajt élettani szükségességét és előnyeit. A nők gyakoribb sajt fogyasztása esetleg egyfajta tudatosabb táplálkozásra is visszavezethető. A sajt fogyasztási gyakoriságokat a 19. ábra mutatja.



19. ábra. A sajt fogyasztási gyakoriság nemek szerint

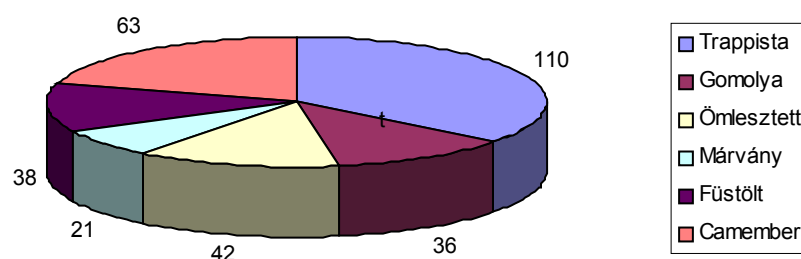
A gomolya vásárlási gyakoriság már hasonló képet mutat a férfiaknál és a nőknél is. Jellemző adat, hogy a megkérdezettek közül senki sem vásárol naponta gomolyát. A heti és a havi megoszlás nagyjából azonos képet mutat, a legtöbben ritkán, csak havonta vesznek gomolyasajtot.

Érdekes lehet, hogy a nők 26 illetve a férfiak 22 %-a soha nem vásárol gomolyát. E mögött sokféle ok rejtőzhet, de általában elmondható, hogy akik nem vásárolták, azok nem is tudták, hogy hagyományosan magyar termék, vagy esetleg még soha nem kóstolták. A gomolya vásárlási gyakoriság nemek szerinti megoszlását a 20. ábra mutatja be.



20. ábra: Gomolya vásárlási gyakoriság nemek szerint

Következő kérdésben az egyes sajttípusok havi vásárlására kerestük a választ, és kiderült, hogy a magyar fogyasztási szokásoknak megfelelően a trappista sajt nagyon magasan megelőzi a többi sajttípust. Második helyen áll a camembert, majd az ömlesztett sajtok, a füstölt sajtok és csak utána következik a gomolya. Ebből havonta átlagosan 36 dkg-ot vásárolnak az emberek. A havi vásárlási mennyiségeket a 21. ábra mutatja:



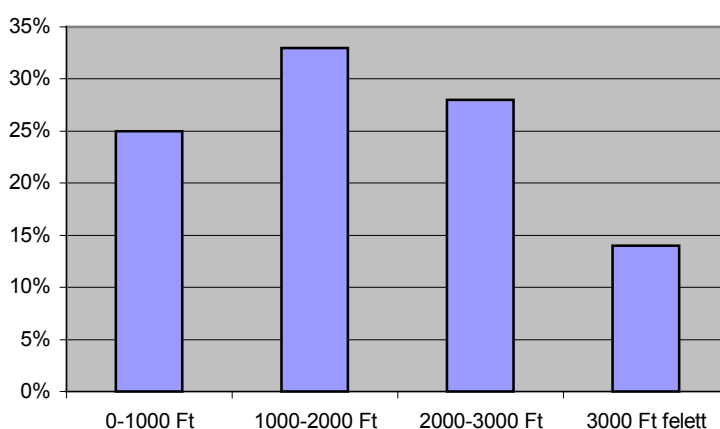
21. ábra: A havi sajtvásárlás mennyisége sajttípusonként

A vizsgálat eredménye alapján nagyon nehéz lesz a Magyarországon jellemző ún. „trappista-kultuszt” csökkenteni, esetleg a gomolya javára fordítani. Ebben segíthet azonban a gomolya egészségesebb, „könnyebb” sajtként való népszerűsítése és nem utolsósorban a hagyományos jelleg hangsúlyozása is.

A későbbi árelemzés előzeteseként annyi elmondható, hogy a gomolya natúr változata nem tartozik a magas árkategóriába, így viszonylag közel áll a trappistához. A piac bővítésével, további változatok kialakításával, valamint a fogyasztókkal való szélesebb körű megismertetéssel bővíthető mind a vásárolt mennyiség, mind a vásárlási gyakoriság.

A fogyasztási és vásárlási gyakoriság után azt vizsgáltuk, hogy mennyit költ a fogyasztó sajtvásárlásra egy hónapban.

Ahogy azt a 22. ábra is mutatja, a megkérdezettek pontosan egynegyede csak 0 és 1000 Ft közötti összeget költ havonta sajtvásárlásra. Ha figyelembe veszem, hogy a válaszadók között az egy főre jutó havi nettó jövedelem átlaga 76.000 Ft, ez az összeg nagyon kevés.



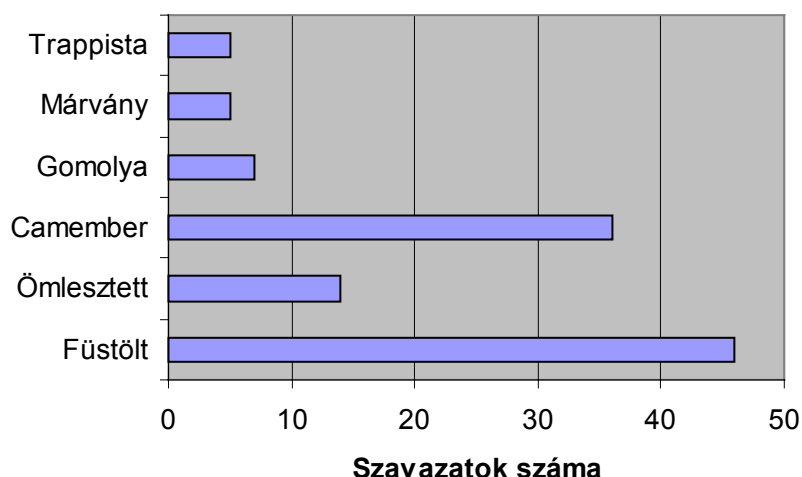
22. ábra: A havi sajtvásárlás összege Ft-ban

A fogyasztók nagyobb része, 61 %-a 1000 és 3000 Ft közötti összeget költ sajtvásárlásra. Ennél nagyobb pénzmennyiséget csak a megkérdezettek 14 %-a fordít sajtvásárlásra, ami nagyon kevés, figyelembe véve, hogy a válaszadók jövedelme viszonylag magas, és közülük 58 % felsőfokú végzettséggel rendelkezik.

A mennyiség és a pénzmennyiség mellett fontos szerepet kap a hely is, ahol vásárolják a sajtokat. A megkérdezettek háromnegyede a manapság gombaként szaporodó hiper-, vagy szupermarketekben vásárol, véleményük szerint itt széles választék és kedves kiszolgálás jellemző, valamint mindent egy helyen megtalálják. Ezen kívül a válaszadók egynegyede vásárolja a sajtot kis élelmiszerüzletekben, ahol egyáltalán nem találkoznak gomolyával. Az emberek elhanyagolható kis része vásárol speciális sajtszaküzletben. Ezen vásárlások időpontja csak különleges alkalmakra tehető.

A kérdések között szerepelt egy kedveltségi felmérés is, amelyben a megadott sajttípusok közül egy megjelölésével kellett kiválasztani a leginkább kedveltet. A legtöbben - 46 válaszadó a 113-ból - a füstölt sajtot választotta, ezzel szemben csak 7-en szavaztak a gomolyára. Kevesen hallottak róla azonban, hogy a gomolya füstölt

változatban is kapható egy jól ismert tejipari cég termékeként. Ez a típus bizonyára olyan népszerűsége tehetne szert, mint másfajta füstölt sajtok, megfelelően alátámasztott népszerűsítési kampány segítségével. Ezt bizonyítja a FOODAPEST 2002 kiállításon végzett megkérdezéses vizsgálat is, amely eredményeként a füstölt gomolya egyéb típusokhoz képest számottevően magas vezető szerepét mutatta ki. Az egyes sajttípusokra érkezett szavazatok arányát a következő, 23. ábra mutatja:



23. ábra. A különböző sajttípusok kedveltsége

Megfigyelésünk szerint, az a kérdés, amin a válaszadók a legtöbbet gondolkodtak, a sajttárak becslésére irányult, azt szerettem volna megtudni, hogy az emberek mennyire vannak tisztában a reális sajttárakkal, kiemelve természetesen a gomolyát. Az eredmény a 11. táblázatban található, az árak 10 dkg-ra vonatkoznak és Ft-ban értendők. A fogyasztók által megjelölt átlag minden típusnál viszonylag kis eltérést mutat. A gomolyánál ennek oka lehet a termékválaszték, a trappistánál pedig az eltérő hely, ahol vásárolják, illetve a különböző akciók.

11. táblázat: A megkérdezettek által becsült sajttárak

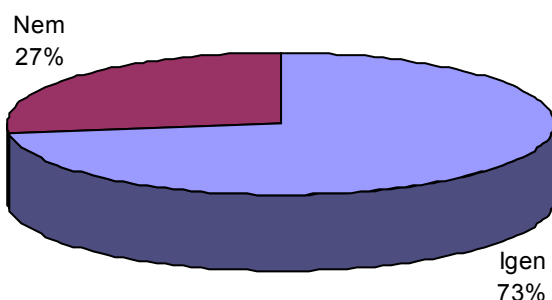
	Gomolya	Trappista	Pannónia	Karaván
Minimum	70	75	60	90
Maximum	360	300	250	350
Átlag	165	124	158	155
Fogyasztói ár (Cora 2003. 02.)	180	100	150	150

A Pannónia és a Karaván esetében nem jelentős az átlag és a fogyasztói ár közötti eltérés, a válaszadók reálisan határozták meg e két esetben a fogyasztói árat.

5.5.4. A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek ismertsége

Ebben a kérdéskörben arra kerestük a választ, hogy a megkérdezettek mennyire ismerik a hagyományosan magyar élelmiszereket, mit jelent számukra az a kifejezés, hogy hagyományosan magyar termék, valamint, hallottak-e már a HÍR gyűjteményről?

Arra, hogy hányan hallottak arról, hogy a gomolya hagyományosan magyar élelmiszer, a következő 24. ábra mutatja a választ.



24. ábra: A gomolya hagyományosan magyar élelmiszerként való ismerete

A válaszadók kétharmad része tehát tudta, hogy a gomolya is hagyományosan magyar élelmiszer. Ez adódhat abból is, hogy a kóstoltatás a HÍR standon folyt, így a válaszadók ezt az információt helyben is megszerezhették.

A következő kérdésben arra voltunk kíváncsiak, hogy mitől válik egy termék hagyományosan magyarrá egy fogyasztó szemében. Négy válaszlehetőséget adtam meg, és több lehetőség is megjelölhető volt. Az eredményt az 12. táblázat foglalja össze.

12. táblázat: A hagyományosan magyar élelmiszer ismérvei

Meghatározás	Szavazatok száma
Már a nagyszülei is ismerték	65
Magyarországi alapanyagból készül	61
Magyar cég forgalmazza	13
Védjeggyel van ellátva	25

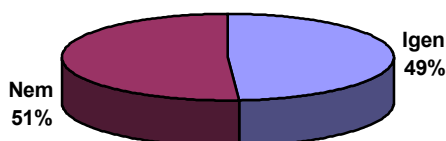
A válaszok többségét szoros versenyben az első két meghatározás kapta. Fontosnak tekintették a megkérdezettek azt, hogy „már a nagyszülei is ismerték”, tehát legalább 30, vagy 50 éves múltat tekintsen vissza a termék, ami az **idődimenzió meghatározó szerepét** jelöli, valamint a „magyarországi alapanyagból készüljön” meghatározást is, amely a **helydimenzió fontosságát** hangsúlyozza. A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek minőségének ezen jellemzői természettudományos módszerekkel nem mérhetők, viszont a fogyasztói felmérés eredménye szerint a fogyasztóknak a termék minőségével kapcsolatos értékítéletét befolyásoló tényezők. Ezeknek a feltárt

értékeknek a fogyasztók felé való közvetítése a termékek ismertségének növelése és versenyképességük fokozása érdekében kiemelkedően fontos feladat.

Elhanyagolhatónak ítélte meg a közönség azt, hogy magyar cég forgalmazza az adott terméket, ezzel szemben **helyt kapott még a védjegy gondolata** is. Ez is bizonyítja, hogy szükség lehet egyfajta védjegyre a fogyasztók körében, hiszen egyre többen arra is figyelnek, hogy hagyományos technológiával előállított magyar terméket vásároljanak. Ebben segíthet a HÍR-védjegy bevezetése, a program, valamint a gyűjtemény további népszerűsítése.

Arra a kérdésre, hogy jó dolognak tartja-e a hagyományosan magyar élelmiszereknek, összegyűjtését, 100 %-os igen válasz érkezett. Ez a gyűjteménynek, mint kulturális örökségünk részének létjogosultságát bizonyította, és mutatta a kulturális dimenzó jelentőségét.

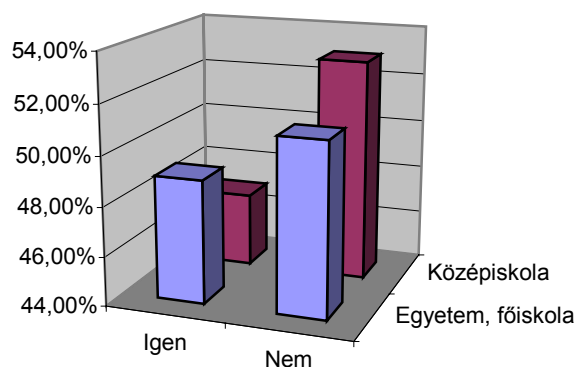
Nem volt ilyen egyértelmű viszont a Hagyományok – Ízek – Régiók gyűjtemény ismertségére vonatkozó felmérés (25. ábra). Nagyjából fele-fele arányban oszlott meg az igen-nem válaszok aránya, ami egyáltalán nem tekinthető rossz aránynak. A HÍR könyv kiadásától számított fél éven belül a kiállítás-látogatók fele már hallott a programról és a gyűjteményről.



25. ábra: A HÍR program ismertsége

Ezt a statisztikát tovább javíthatja az Agrármarketing Centrum ez évben új lendületet kapott promóciós tevékenysége és a program népszerűsítésére 2003-ban előírt nagyobb költségvetési összeg.

Az iskolai végzettség függvényében vizsgálva a HÍR program ismertségét (26. ábra), megállapítható, hogy az egyetemet illetve főiskolát végzettek között többen ismerik a gyűjteményt, míg a középiskolai végzettséggel rendelkezők között ez az arány fordított. Ennek oka lehet a szélesebb körű tájékozottság a felsőfokú végzettségűek körében, valamint az is, hogy a FOODAPEST kiállításon nagyobb részben az élelmiszeriparban jártas szakmai közönség van jelen.



26. ábra: A HÍR gyűjtemény ismertsége a válaszadók végzettsége szerint

A kérdőív tartalmazott egy nyitott kérdést is, amelyben arra kértük a válaszadókat, hogy írják le három olyan élelmiszernek a nevét, amely szerintük hagyományosan magyar. Az összesítés utáni eredményt a 13. táblázat mutatja.

13. táblázat: Hagyományosan magyar élelmiszerek említése

Említett élelmiszer	Említések száma
Fűszerpaprika (Kalocsai, Szegedi)	52
Pick szalámi	38
Gyulai kolbász	20
Makói hagyma	14
Gomolya	13
Tokaji aszú	10
Túró Rudi	7
Unicum	5
Túró (juh és egyéb)	5
Egri bikavér	4
Fütyülős barackpálinka	4
Fokhagyma	4
Tarhonya	4
Tejföl	4

A válaszadók a nyitott kérdésre adott válaszaikban nagyszámban neveztek meg a HÍR Gyűjteményben szereplő termékeket (fűszerpaprika, gyulai kolbász, makói hagyma). Jelentős volt a hagyományos technológiával készülő tejtermékek (a kóstolt gomolyán kívül Túró Rudi, juhtúró). Sőt néhányan – nagyon helyesen – a tejfölt is hagyományosan magyar terméknek ismerték el. Megjegyzendő, hogy előállítási módjának különlegessége a Kárpát-medencében egyedülállóan használt magas tejesköcsög használata. A gyűjteményben a borok nem szerepelhetnek, ez nem volt minden válaszadó előtt ismert, mert ilyen példákat is említene (Tokaji aszú, Egri bikavér).

Viszont az, hogy az ételreceptek nem tartoznak a gyűjteménybe, a tapasztalatok szerint minden válaszadó előtt már egyértelmű volt, mert ilyen példát egyikük sem említett.

5.5.5. A hagyományok és az eredet szerepe a fogyasztók választásában

A kérdőív utolsó kérdésére adott válaszok értelmezését faktoranalízis segítségével hajtottuk végre. Ebben a kérdésben arra voltunk kíváncsiak, hogy a vásárló milyen szempontok alapján dönt sajtvásárláskor, és azt kértem, hogy a megadott 11 szempontot értékeljék fontosság szerint.

A szempontok a következők voltak: megszokás, íz, ár, csomagolás, illat, márka, magyar eredet, származási hely (régió), hagyományos (tradicionális) jelleg, érettségi fok (érlelés), reklám. Az egyes tényezők fontosságának értékelése 5-fokozatú skálán történt.

5.5.5.1. Faktoranalízis

A faktoranalízissel a változók közötti kölcsönös összefüggésen alapuló kapcsolatrendszer vizsgáltuk, azaz megpróbáltuk feltárni azokat a változócsoportokat, amelyek összefüggenek. A faktorok számának meghatározása sajátérték alapján történt. Mivel a sajátérték a faktorhoz kapcsolódó variancia nagyságát fejezi ki, csak azok a faktorok kerültek a modellbe, amelyek sajátértéke nagyobb, mint egy.

A faktorok nehezen értelmezhetőek voltak, mert több faktornak is magas faktorsúlya volt ugyanazon változóval, ezért ortogonális forgatást alkalmaztunk, ezen belül varimax eljárást. A kapott rotált faktormátrixot a 14. táblázat mutatja.

14. táblázat: Rotált faktormátrix

	1.faktor	2.faktor	3.faktor	4.faktor	5.faktor
Származási hely	0,832	0,123	5,27E-02	0,168	0,173
Hagyományos jelleg	0,68	0,444	8,40E-02	-2,49E-02	6,80E-02
Eredet	0,64	-0,198	8,65E-02	-0,347	-3,65E-02
Illat	-4,58E-03	0,794	2,15E-01	-0,102	-0,1
Érettség	0,245	0,714	-4,04E-01	0,257	7,54E-03
Íz	-0,268	0,466	-4,04E-01	-8,41E-02	0,441
Csomagolás	0,119	0,147	0,786	5,25E-02	-0,103
Márka	1,04E-03	3,07E-02	0,748	8,27E-03	0,289
Ár	-0,189	-0,13	-5,40E-02	0,797	-9,64E-03
Reklám	0,142	0,182	1,40E-01	0,73	-2,56E-02
Megszokás	0,207	-9,67E-02	1,53E-01	-1,43E-02	0,857

Az így kapott faktormátrix öt faktor kiválasztását eredményezte. A faktormátrixból két fő faktort lehet kiemelni. Az **első faktornak** magasak az együtthatói a hagyományos

jelleg, származási hely, eredet változók esetén, ezért ezt a faktort „**nem érzékelhető, presztízsértékű**” **előnyöknek** neveztük el.

A kapott eredmény alátámasztja azt a vélekedést, hogy az emberek a megfogható érzékelhető tulajdonságok mellett a magyar eredetet és ezen belül az adott régióhoz való tartozást is fontosnak tartják.

A **második faktort**, ami az illat, érettség, íz változókkal függ szorosan össze, „**érzékszervekkel érzékelhető**” **előnyöknek** neveztük el. Az hogy az illatnak és az érettségnek ilyen nagy szerepe van, magából a termékből, a sajtból is adódik. A hagyományosan magyar sajtok - köztük a gomolya is - ezen terméktulajdonságok megőrzésével, illetve hangsúlyozásával bátran felveheti a versenyt a nyugat-európai termékekkel is és az EU-csatlakozás után is versenyképes és imázsépítő szerepet tölthet be az élelmiszerkínálatban.

A többi faktort a következő változók alkotják: különállóan szerepel az árfaktor, kismértékű összefüggésben a reklámmal. Ugyanez jellemző a csomagolásra és a márkára. A megszokás pedig külön faktort alkot.

A magyarázott variancia kumulált százalékos értéke alapján megállapítható, hogy az öt faktor a variancia 67,5 %-át magyarázza. A rotált faktormátrix által mutatott mintázat a 15. táblázatban látható.

15. táblázat: Sajátérték a rotált faktormátrix alapján

Faktor	Sajátérték	Magyarázott varianciarányad (%)	Kumulált magyarázott varianciarányad (%)
1	1,808	16,4	16,4
2	1,69	15,4	31,8
3	1,45	13,2	45,0
4	1,404	12,8	57,7
5	1,07	9,7	67,5

Összegezve elmondható, hogy a fogyasztók két fő előnyt keresnek a sajtvásárlás során: a „nem megfogható, presztízsértékű” előnyt - amiben benne van a magyar eredet és a hagyományos jelleg - és „az érzékszervekkel érzékelhető” előnyt.

Következtetések

A faktoranalízis eredménye bebizonyította, hogy a fogyasztók az érzékelhető tulajdonságok mellett a termék magyar eredetét, származási helyét (az adott régiót) és hagyományos jellegét is fontos szempontok tekintik vásárláskor, és a hagyományos élelmiszereket előnyben részesítik (presztízs értékű előnyök).

Javaslatok

Magyarországon a fogyasztók meghatározott, jól elkülöníthető csoportja kedveli és keresi a hagyományos magyar élelmiszereket. Ezek marketingjére nagyobb hangsúlyt kell helyezni az agrárgazdaságban. A hagyományosságot sokan azonosítják a termék gyártásának több évtizedre visszanyúló múltjával, és egy védjegy bevezetését ezen termékekre pozitívan fogadnák. Fontos lenne, hogy az AMC a HÍR védjegy népszerűsítő akciókkal tovább növelje a HÍR gyűjteményben szereplő termékek ismertségét.

Mivel a hagyományos élelmiszerek gyártói főleg kisvállalatok, további tájékoztatással és támogatási rendszer kiépítésével lehetne növelni piaci esélyeiket.

További kutatási irányok:

- A HÍR védjegy tanúsítási rendszerének előkészítése az érintett szakmai szervezeteknél (terméktanácsok, regionális vidékfejlesztési irodák) történő szakmai kérdőíves felméréssel.
- A HÍR Gyűjteményben szereplő termékek ismertségével kapcsolatos fogyasztói kérdőíves felmérés eredményeinek értékelése alapján szükséges lenne a továbbiakban részletesebben (régióként) megvizsgálni, hogy a fogyasztók termékválasztásában milyen szerepe játszik egy adott régióhoz való érzelmi kötődésük. Ez jelentős segítséget jelentene a HÍR gyűjtemény sikeres marketing és kommunikációs stratégiájának részletes kidolgozásához, a régióimázs kifejlesztéséhez.

5.6. A HÍR gyűjtemény termékeinek megfelelőség vizsgálata az eredetvédelem szempontjából

5.6.1. A vizsgálat célja, anyaga és módszerei

A vizsgálat célja: A HÍR gyűjtemény termékeiből kiválasztásra kerüljenek a nemzeti, és a csatlakozásunk után EU eredetvédelemre alkalmas termékek.

A vizsgálatokat a mezőgazdasági szektorok fejlesztéséről és a minőségi termékek ösztönzéséről szóló magyar-francia tárcaközi együttműködés keretében francia és magyar szakemberek bevonásával végeztük, melynek során összesen 65 szakember megkérdezésére került sor. A vizsgálatok szakmai koordinálását az együttműködés keretében létrehozott francia-magyar közös munkacsoport végezte (KISÉRDI-PALLÓ, 2002b).

A vizsgálat anyaga: A HÍR gyűjtemény 300 termékéből a legtöbb zöldség-gyümölcs ágazatból származott. Ezért a Magyarországon ebben a témakörben született első ilyen jellegű kutatást célszerű volt erre a termékcsoporthoz koncentrálni.

Vizsgálati módszerek:

Szakértői konzultációval a vizsgálandó termékek körének meghatározása (11 termék).

Helyszíni mélyinterjúkkal a termelők képviselőitől adatgyűjtés a termékek jellemzőiről (11 interjú).

Szakértői teszt a termékjellemzők értékeléséhez (pontozásos módszer).

Az eredetvédelemre megfelelőnek talált termékekre megvalósíthatósági tanulmány készítése SWOT analízissel.

5.6.2. A vizsgálandó termékek körének meghatározása

A vizsgálandó termékek előzetes kiválasztásánál a következő főbb kritériumokat vettük figyelembe:

- HÍR gyűjteményben szereplő termék.
- Régióra jellemző hagyományos termék.
- Ismert termék.
- Motivált szakmai csoportosulás működjön a térségben.
- A fogyasztó hajlandó legyen a standard termékhez képest magasabb árat fizetni érte.

A kiválasztott 11 termék a régió megjelölésével:

- Vecsési savanyúkáposzta (Közép-Magyarország)
- Budafoki gomba (Közép-Magyarország)

- Gönci sárgabarack (Észak-Magyarország)
- Fehér spárga/Homoki spárga ((Dél-Alföld)
- Szatymazi őszibarack (Dél-Alföld)
- Szentesi fehérpaprika (Dél-Alföld)
- Tóti dió (Dél-Dunántúl)
- Hajdúsági torma (Észak-Alföld)
- Szatmári szilvalekvár (Észak-Alföld)
- Mezőföldi napraforgóméz (Közép-Dunántúl)
- Miskei paprika (Dél-Alföld)

5.6.3. A termékjellemzők vizsgálata

A termelőket képviselő szakemberekkel készített helyszíni mélyinterjúk (11 interjú) során a termékekkel kapcsolatban a következő jellemzőket vizsgáltuk:

- Régió behatárolása.
- Termőterület nagysága (m²).
- Termelés volumene (t/év).
- Termelők száma.
- Termék története és hírneve.
- Termesztéstechnológia.
- Tájjelleg.
- Termelői csoportokba való tömörülés/szándék.
- Védjegy/földrajzi árujelző iránti érdeklődés.

A 17. táblázat a helyszíni mélyinterjúk eredményeit összegzi a termékek erősségeinek és gyengeségeinek feltárásával. (SW elemzés).

17. táblázat: A kiválasztott termékek erősségei és gyengeségei az interjúk alapján

Termékek	Erősségek	Gyengeségek
Vecsesi savanyúkáposzta	Kizárólag a vecsesi tájegységre jellemző termék. Hagyományos készítési eljárás. Erős nemzeti közismertség Létezik egy motivált, néhány családból álló csoport	Néhány termelő tartózkodik az együttműködéstől.
Budafoki Champignon gomba	Eredeti termesztési hely: régi borpincék, amelyeket a 19. század óta gombatermesztésre használnak.	Nincs speciális termesztéstechnológia. Nincsenek helyi és magyar fajták. Nincs valódi motiváció a minőségi jel megszerzésére.
Gönci sárgabarack	Különleges talajtani feltételek: barna erdőtalaj. A sárgabarackot jól ismerik Magyarországon. A minőségi jel iránti kérelem folyamatban.	Nincs speciális termesztéstechnológia. A két termelői csoportnak eltérőek az érdekei.

Termékek	Erősségek	Gyengeségek
Szatymazi őszibarack	Jó talajtani feltételek. Az őszibarack ismert a vásárlók körében. Minőségi termék. Pozitív ár-megkülönböztetés. Közös beruházás. Dinamikusan vezetett csapat. Megkezdett azonosítási eljárás.	Termesztése kockázatos a fagyok miatt.
Fehér spárga	Homokos talajok.	Nincs speciális termesztéstechnológia. Előnyben részesítik a holland fajtákat. Nem élvez elsőbbséget a termék. Nem kiváló minőségű termék. Nemzeti szinten kevésbé ismert. A termelők között nincs megegyezés. Nem érdekeltek a minőségi jel megszerzésében.
Szentesi fehér paprika	Korábbi termesztés Szentesen más területekhez viszonyítva. Közismertség. Magas árfekvés. Jelentős piaci felvevőképesség.	Intenzív termesztés (kis családi gazdaságok léteznek). Magyar specialitás és nem a tájegységre jellemző. Tartózkodás a közös szerveződéstől.
Tóti dió	Az ötvenes években a termelők elhatározták a dióültetvények újraterelítését. A termés megkülönböztethető (puha bél, lekerekített forma, sima héj).	Nincs speciális termesztéstechnológia. Nincs sajátos jellege a terméknek. Olcsóbb a kaliforniai diónál. Tendencia a nagyüzemi termesztés irányába. Nincsenek termelői csoportok.
Hajdúsági torna	Speciális tájjelleg és termesztéstechnológia. Megőrzött hagyományok. Helyi termelői szervezet. Érdekltség az oltalom alá helyezésre.	Kevésbé ismert Magyarországon. (főként exportcikk)
Szatmári szilvalekvár	Kedvező helyi feltételek. Speciális termesztéstechnológia. Ismert hagyományos termék. A minőségi jel kérelme folyamatban van.	Nincs termelői szerveződés.
Mezőföldi napraforgóméz	Speciális módszerek. Létező termelői szerveződés. Érdekltség a minőségi jel megszerzésében.	A talajklíma feltételek kedvezőtlenebbek, mint a Hajdúságban. Nincs igazi hagyománya. Más térségekben is termelik.

5.6.4. A termékjellemzők vizsgálatának értékelése

A szakértői teszt során pontozásos kérdőívet állítottunk össze a 11 termékre, melynek kitöltését 10 szakértőtől kértük (5 francia és 5 magyar).

A szakértők a következő termékjellemzőket (3P) pontozták (GELARD, 2002):

Termék (Product):

éghajlat és talaj
szakértelem
hagyomány
közismertség

Termelés (Production):

termelési mód
ár
piac

Termelő (Producer)

a termelői szerveződés léte
motiváltság a minőségi jel megszerzésére

Az adható pontszámok a következők voltak:

5-nagyon kedvező
4-kedvező
3-közepes
2-kevésbé kedvező
1-kedvezőtlen

A pontozásos módszerrel a szakértők a 18. táblázatban bemutatottak szerint értékelték a 11 terméket a megadott szempontok alapján.

A megvalósíthatósági tanulmány első fázisa több mint tíz termékre koncentrált. Mindamellet ez a lista nem teljes körű és a kutatómunka folytatható a jövőben más magyar termékekre is.

A pontozásos módszerrel kapott eredmények alapján kívántuk kiválasztani azokat a termékeket, amelyekre a továbbiakban elkészítjük a Védett Eredet-megjelölésre (AOP) és a Védett Földrajzi Árujelzőre (IGP) vonatkozó megvalósíthatósági tanulmányt.

A szakemberek által összességében legmagasabb pontszámmal értékelt szatymazi barackot mégsem választottuk az éghajlati problémák miatt, melyek a termelést sújtottak az elmúlt években. A jelenlegi helyzet bonyolultsága (a gönci baracktermelők viszálya), az inkább nemzeti, mint regionális jellegzetesség (tóti dió, szentesi fehér paprika, mezőföldi napraforgó méz) vagy a korlátozott szervezeti kapacitás (miskei paprika, szatmári szilvalekvár) óvatosságra intett e termékek esetében. Néhány terméket nem volt szükséges részletesebben elemezni, mert nem mutattak semmilyen különleges hagyományt (fehér spárga, budafoki gomba).

18. táblázat: Értékelés a szakértők által

Jellemzők	Termék	Termelés	Termelők
-----------	--------	----------	----------

Termékek	Éghajlat és talaj	Szakértelem	Hagyomány	Közismertség	Termelési mód (nagy- vagy kisüzemi)	Az ár	A piac	A termelők szervezetének tekintélye	A termelők motiváltsága a minőségi jel megszerzésében
Vecsési káposzta	4	4	5	5	4	4	4	3	4
Budafoki gomba	3	3	3	3	3	3	3	3	3
Gönci sárgabarack	3	4	4	3	3	3	4	4	4
Szatymazi őszibarack	4	4	4	4	4	4	4	5	5
Fehér spárga	3	2	2	2	2	3	3	2	2
Szentesi fehér paprika	3	4	4	4	3	4	4	3	3
Tóti dió	4	4	4	3	3	3	4	3	4
Hajdúsági torma	4	4	4	3	4	3	4	4	4
Szalmári szilvalekvár	4	4	4	4	4	4	4	3	4
Mezőföldi napraforgó méz	4	4	3	3	4	4	4	4	4
Miskei paprika	5	5	5	4	4	4	4	3	4

Végül két terméket, a vecsési savanyúkáposztát és a hajdúsági tormát választottuk ki további vizsgálat céljából. A vecsési káposzta esetében a termelésben rejlő szakértelem, hagyomány és a termék közismertsége volt a meghatározó szempont. A hajdúsági torma esetében a helyi termelők nagyfokú motiváltságára és a többi termékhez képest kiemelkedően jó szervezettségére (17 tagból álló, termeléssel, tárolással, feldolgozással és értékesítéssel foglalkozó szervezet) alapoztuk döntésünket.

5.6.5. Az eredetvédelem megvalósíthatóságának vizsgálata

A két kiválasztott termék erősségeinek, gyengeségeinek, lehetőségeinek és veszélyeinek feltárásával kívántuk meghatározni azokat a pontokat, ahol a termelőknek elsődlegesen cselekedniük kell a minőségi jelzés megszerzésének tekintetében.

5.6.5.1. A hajdúsági torma (*Armoracia lapathyfolia*, Keresztesvirágúak családja) SWOT analízise

A termék

A hajdúsági tormát a Nagy Alföld északi részén termesztik (19. táblázat). A Hajdúság vidéke felöleli a magyar termelés 75-80 %-át (8-9 ezer tonna).

19. táblázat: A hajdúsági torma termékelemzésének eredményei

Erősségek	Gyengeségek
Hasonló termékektől való megkülönböztetés kevésbé csípős, nem vágott fejű, vertikális ültetés, kevésbé gépesített termesztés. Kedvező talaj a tormatermesztés számára (humuszban gazdag jó vízgazdálkodású, jó pH-értékű, meszes). Jól betelepített a régióba, ahol a termelők évszázadok óta termesztik.	A fogyasztók kevésbé ismerik
Lehetőségek	Veszélyek
A biotorma termesztés fejlesztése lehetséges, ha növekszik a kereslet.	Nagyon száraz időjárás esetén öntözést igényel, amelynek bevezetése túl drága lehet a kistermelők számára. Nehéz kézimunka erőt találni.

A piac

A Hajdúság térségében körülbelül ezer család termeszti a tormát, több mint 1000 hektáron. Többségüknek a legfőbb jövedelme a tormatermesztésből származik. A torma szinte teljes mennyiségben nemzeti és külföldi feldolgozókhöz kerül (a termelés egyharmada exportra megy). Egy kis mennyiség frissen kerül forgalomba. Ez az eladás megoszlik a nagy élelmiszer áruházak, a piacok, a fűszerkereskedések és az éttermek között.

20. táblázat: A hajdúsági torma külső környezetének elemzési eredménye

Erősségek	Gyengeségek
A termelés kiegyensúlyozottsága néhány éve.	A termelők hűtlensége, ami elősegíti a konkurenciaharc megerősödését.
Lehetőségek	Veszélyek
A marhahús fogyasztás fellendítése a torna fogyasztás növelése érdekében.	Az élősködő vállalatok megjelenése megzavarhatja a piaci egyensúlyt.

	Európai verseny. A fogyasztók ízlésének változása (kevésbé csípős termék iránt). A középosztály által fogyasztott. Mi fog történni, ha az ár emelkedik?
--	--

Belső környezet

A Torma Terméktanács csoportosítja a termelőket, a raktározó és a kereskedő társaságokat, illetve a feldolgozó cégeket.

21. táblázat: A hajdúsági tormatermesztés belső szervezettségének elemzési eredményei

Erősségek	Gyengeségek
A termékpálya csoportja a Torma Terméktanácsban. Kereskedő cégek más termékekkel is foglalkoznak (biztosítás arra az esetre, ha probléma van a tormatermesztésben). Nagy teljesítményű berendezések (hűtők a raktározásra.)	A szerződések nem eléggé szigorúak (a termelés feltételei nem kötöttek, nincs fizetési garancia). Túl sok kereskedő cég van.
Lehetőségek	Veszélyek
Terméktanács felhasználása a hajdúsági torma termesztés technológiájának egységesítésére.	Az árajánlat változása lehetővé teszi a termelőknek a verseny fenntartását és a kereskedelmi cégek közötti konfliktusok előidézését.

A Terméktanács célja egy részről, a termelők térségben tartása, másrészt a minőségi jelek megszerzése. A terméktanács képviselőinek véleménye szerint a minőségi jel megszerzése nemcsak a hajdúsági torma piaci stabilitását erősítené meg. A Védett Eredet-megjelölés (AOP) és a Védett Földrajzi Árujelző (IGP) gazdasági előnyeit egyaránt látják az európai versenyhelyzetben, ahol egy kiváló minőségű termékkel szeretnének megjelenni.

Úgy tűnik, a hajdúsági torma egyesíti az összes terméket, szervezetet és piacot érintő követelményt, hogy európai minőségi jelben részesülhessen. A termék ősiségét 17. századi írások bizonyítják. Tagadhatatlan, hogy a térségben létezik egy helyi termesztéstechnológia különleges termesztési módszerekkel. A termesztési terület kedvező talajadottságokkal rendelkezik, mely más európai termékektől megkülönböztethető, csípős torma termesztését teszi lehetővé. A főleg feldolgozásra kerülő hajdúsági torma nem örvend nemzeti közismertségnek úgy, mint a vecsési káposzta.

A minden szakmai képviselőt (termelőt, feldolgozót, kereskedőt) magába foglaló Torma Termék Tanács jelentős kezdeményező erővel rendelkezik az eredet-megjelölés oltalmának megszerzésére. **Mindamellettt támogatnia kell majd az értékesítői csoportot, hogy a hajdúsági tormának nagyobb hitele és súlya legyen a nemzetközi piacon, amikor Magyarország belép az Európai Unióba.** A név és a feldolgozott termék védjeggyel való ellátására vonatkozóan néhány kérdés viszont még nyitva maradt. Ezek a bizonytalanságok a terméket inkább egy Védett Földrajzi Árujelzés (IGP) felé orientálják. A Védett Földrajzi Árujelzés (IGP) alkalmazásának esetén a termékpálya egyetlen szakaszának (jelen esetben a termelésnek) kell a meghatározott földrajzi térségben történnie. Továbbá mellette szóló érv az is, hogy a Védett Földrajzi Árujelzés (IGP) rugalmasabb kapcsolatot enged meg a termék és a nevet adó régió között.

5.6.5.2. A vecsési savanyúkáposzta (*Brassica oleracea*, Keresztesvirágúak családja)

Termék

A vecsési káposztát Magyarország középső régiójában körülbelül 800 ha-on termesztik.

22. táblázat: A vecsési káposzta termékelemzésének eredményei

Erősségek	Gyengeségek
Kedvező talajklimatikus feltételek a káposzta termesztéséhez (homokos levegős talaj). Hagyományos fajták használata. A termék erősen kötődik a térséghez. Vecsésen az erjesztést magas fokon művelik. Alacsony öntözési költségek a jó minőségű talajnak köszönhetően. Nagyon közismert a magyar fogyasztók körében.	Talajuntság (növénybetegségek). A hibrid fajták kevésbé rezisztensek, mint a hagyományos fajták.
Lehetőségek	Veszélyek
Értéknövelés minőség-és csomagolás-fejlesztéssel.	Az EU-csatlakozás utáni fokozódó minőségi verseny.

A piac

A káposztasavanyítás hagyománya a 19. századra nyúlik vissza. Vecsés községét Magyarország kizárólagos káposztatermelő térségeként tartják számon. A kedvező talajklima adottságok, a hagyományos fajták szelekciója, a nemzedékről nemzedékre átadott szakismeret, a piac közelsége és a technológiai fejlődés mindazok a tényezők, amelyek hozzájárultak a vecsési savanyúkáposzta nemzeti szintű ismertségéhez.

A savanyúkáposztát körülbelül 100 család készíti. Többségüknek saját üzlete van és saját fogyasztásra is termelnek. A Vecsésen megtermelt nyers káposztamennyiségnek körülbelül 80-85 %-át dolgozzák fel. A savanyúkáposztát a piacon nagy élelmiszer áruházakban zöldség- és gyümölcsárusoknál, valamint hentesüzletekben értékesítik. Más termelők pedig a közétkeztetést célozzák meg. Az exportált mennyiség elenyésző (a termelők 15-öd részét érinti).

23. táblázat: A vecsési káposzta külső környezeti elemzésének eredményei

Erősségek	Gyengeségek
A főváros közelsége.	A kistermelők számára nehézséget jelent a szigorú higiénia előírások betartása. A csomagolás nem vonzó és nem oldja meg a tartósítást. A fizetési garancia hiánya.
Lehetőségek	Veszélyek
Az EU csatlakozás által a piac kibővül.	A rendelkezésre álló alapanyag csökkenése. A felvásárlók csoportjai nyomást gyakorolnak a termelőkre. Új hazai versenytársak megjelenése. A középosztály fogyasztja: mi fog történni, ha a termék árát megemelik?

Belső környezet

Vecsésen már létrejött egy termelői csoport. Azonban a családok többsége tartózkodik a csatlakozástól, mivel ezt a csoportot a régi szövetkezeti rendszerrel azonosítják.

A vecsési családok ki vannak szolgáltatva a fokozódó piaci versenynek. A felvásárlók érdeke ennek fenntartása. A termelők részéről megfontolandó a termékek csoportosítása és az eladás központosítása, hogy szembe tudjanak nézni a piaci követelményekkel. Ez az összefogás lehetővé tenné többek között a minőség javítását, elősegítené a technológiai fejlesztést, valamint a név jogtalan használata elleni küzdelmet a védett földrajzi árujelző megjelölés révén.

24. táblázat: A vecsési káposzta termékpálya belső szervezeti elemzésének eredményei

Erősségek	Gyengeségek
Érdekelt csoport létezése. Különböző növények termesztése (biztosítás arra az esetre, ha probléma van a káposztával).	Kevesen csatlakoznak a csoporthoz (tartózkodás a csatlakozástól). Növekvő verseny a termelők körében. A családok különböző felszerelést használnak.

Lehetőségek	Veszélyek
A Nemzeti Káposztanap jó alkalom a termelők összehozására.	Aggodalom az európai normák átvétele miatt, amelynek termelők csak csoportosan képesek megfelelni (nincs integrált termesztés).

A vecsési savanyúkáposzta rendelkezik a fő jellemzőkkel (termelői szervezetek, termék közismertség, hagyomány), hogy elnyerje az európai minőségi jelet. Ennek ellenére a terméket és a szervezetet érintő nehézség a jövőben akadályt jelenthet a Védett eredet-megjelölés (AOP) és Védett Földrajzi Árujelző (IGP) megszerzésében, ha a termékpálya egésze nem vesz ezekről sürgősen tudomást.

A Vecsési Káposzta Terméktanács képviseli a termékpálya szereplőit (termelők, elosztók, feldolgozók). Ez a szervezet jelentős erőt képvisel az eredet-megjelölés oltalmának elnyerésében. Azonban ez a csoport csak 10 tagból áll. Ez előreláthatólag nehézségeket jelent majd a termékleírás kidolgozásában, amelynek tulajdonképpen a termékpálya szakemberei közötti egyetértést kellene tükröznie a termék meghatározását illetően.

A piacon fokozódó jogtalan névhasználat miatt a termékek védelmét sürgősen meg kell oldani. Másrészt az Európai Unióhoz való csatlakozás után a problémák súlypontja áthelyeződik az exportra. A megkívánt minőségi normák olyan befektetést igényelnek, amelyek nem valósíthatók meg közös összefogás nélkül.

Bizonyos kérdések, mint a kettős védettség megszerzésének lehetősége, a védendő név és a földrajzi behatárolás függőben vannak. Ezek a tények a Védett Földrajzi Árujelző (IGP) felé orientálják a terméket, hasonlóképpen, mint a hajdúsági torma esetében. A Védett Földrajzi Árujelző (IGP) esetén a termék közismertsége a földrajzi eredetnek tulajdonítható (vecsési savanyúkáposzta) és elegendő, hogy egyetlen termelési szakasz történjen a meghatározott földrajzi térségben (feldolgozás).

Következtetések

A francia és magyar eredetvédelmi minőségpolitika összehasonlítása megmutatta, hogy **a francia rendszer mintául szolgálhat a magyar jogi, intézményi és technikai felkészülésre az ország EU csatlakozása előtt.** A minőségi jel megszerzésére esélyes hagyományos magyar termékek felkutatása során szembetűnő **kettősséget tapasztaltunk a meglévő intenzív termesztés és a felfedezésre váró gazdag kulináris örökség között.** A vizsgált termékek közül jelenleg a **hajdúsági torma és a vecsési savanyúkáposzta** egyesíti azokat a kedvező jellemzőket, amelyek szükségesek a védett földrajzi árujelző elnyeréséhez (PALLÓNÉ, 2003). Azonban e termékek különlegessége, a megfelelő piac és a szakmaközi csoportok motiváltsága ellenére még vannak leküzdendő akadályok. **A vecsési káposzta termékpálya szereplőinek**

irányítása és **együttműködése jelenleg hiányosságokat mutat. A hajdúsági torma közismertségét növelni kell.** A minőségi jelek megszerzésének érdekében a vecsési savanyúkáposzta és a hajdúsági torma **termékpályák szereplőinek erőfeszítéseket kell tenniük**, hogy a hazai fogyasztók és a külföldi piac is megismerje ezt a minőségi terméket, figyelve az erősségek fokozására és a gyengeségek kiküszöbölésére.

Bár a védett földrajzi árujelzős termékek sikerének záloga elsősorban a termékpálya szereplőin múlik, az államnak éppúgy megvan a sajátos szerepe a minőségi mezőgazdaság támogatásában: a jogi, intézményi, ellenőrzési háttér biztosításával, sőt az eljárás lefolytatásának anyagi támogatásával. A hagyományos mezőgazdasági termékek népszerűsítése és azok minőségének javítását szolgáló szakmai szervezetek létrehozása, a helyi és térségi kezdeményezések nyomon követése és eredményessé tétele többek között az a kihívás, amellyel Magyarországnak szembe kell néznie (PALLÓNÉ, 2003k).

Javaslatok

A vizsgálat eredményei alapján az európai minőségi jelek bevezetését elősegítő francia-magyar szakmai együttműködés javasolt irányai a következők (GELARD-KISÉRDI, 2003):

1. projekt javaslat: A szakemberek tájékoztatása

A tanulmány készítése folyamán gyakran megfigyeltük, hogy a Védett Eredet-megjelölés (AOP) és Védett Földrajzi Árujelző (IGP) rendszere és megfelelő alkalmazásuk kevésbé ismert a termékpálya különböző szereplői (termelők, feldolgozók stb.) körében. Ezért szükséges ezeknek a hiányosságoknak a gyors pótlása, hogy mindenki tudatosuljon a magyar kulináris örökség értékeiben rejlő lehetőség.

Szükség van arra, hogy az FVM terjessze a magyar kulináris örökség jegyzékét és a Védett Eredet-megjelölés (AOP) és a Védett Földrajzi Árujelző (IGP) eljárásról szóló információs közleményt. A megyei földművelésügyi hivatalok, a terméktanácsok és az agrárkamarák feladata lesz a mezőgazdasági termékpályák tájékoztatása. Javaslatunk szerint ez a Védett Eredet-megjelölés (AOP) és Védett Földrajzi Árujelző (IGP) pályázati útmutató alapján történne, mely a következő pontokat tartalmazná: a kérelem feltételei, a termékleírás tartalma például, hasznos címek és Internet oldalak. A kiadvány szerkesztését magyar intézmények (FVM, MSZH) végeznék az INAO támogatásával.

2. projekt javaslat: Szakmai segítségnyújtás az eredetvédelmi eljárásban résztvevő intézményeknek, szervezeteknek.

Az európai szövegekkel való megfeleltetés érdekében alapos jogi szakértői vélemény szükséges az INAO részéről a jelenleg érvényben lévő eredet-megjelölésre vonatkozó magyar jogszabályozásról.

Működési segítség egyrészt a jelenleg nemzeti oltalmat élvező termékek termékleírásának felülvizsgálatára, másrészt a vecsési savanyúkáposzta és a hajdúsági torma termékleírásainak kidolgozására, a jövőbeni Védett Eredet-megjelölés (AOP) és Védett Földrajzi Árujelző (IGP) kérelmek előkészítésének érdekében.

Ellenőrző rendszer létrehozásához szükséges információk.

Ennek keretében a Francia Mezőgazdasági Minisztérium és az INAO képviselőiből álló csoport a termékleírások adaptációjával, míg az INAO tagjaiból, a francia minőségtanúsító szervezetekből vagy DGCCRF képviselőiből álló másik csoport az ellenőrzés kérdéseinek vizsgálatával foglalkozna.

3. projekt javaslat: A vecsési és hajdúsági termelőkkel elkezdett munka folytatása.

Az eredetvédelmi eljárás mobilizálta a vecsési káposzta és a hajdúsági torma termékpálya képviselőit. A szereplők számára ez egy új eljárás és szükségük van technikai támogatásra az európai jogszabályoknak megfelelő termékleírás kidolgozásához. A munka a magyar és a francia termelők közötti partneri kapcsolatok kialakításával is folytatódhatna. Ezt a munkát az INAO technikai segítségével lehetne megvalósítani.

4. projekt javaslat: Partneri kapcsolat kialakítása a francia és a magyar termelői csoportok között.

Francia és magyar szövetkezetek partnersége előnyökkel járó kapcsolatokat jelentene a védjegy eljárást kezdeményezni kívánó magyar csoportok és az ilyen eljárásokat ismerő, a megjelölés oltalmáért felelős francia érdekvédelmi szervezetek között. Nemzeti szinten kellene partneri kapcsolatot létrehozni a hajdúsági tormát és a vecsési káposztát illetően.

Az európai eredetjelzésre alkalmas termékek felkutatását szintén folytatni kell a magyar régiókban, különösen azokban, amelyeknek van francia partner régiója. (Dél-Dunántúl – Rhone - Alpes; Észak-Magyarország – Lorraine; Közép-Dunántúl - Maine-et-Loire). A partner régiókból származó francia és magyar hallgatók végezhetnék ezt a feladatot diplomamunka készítés keretében, például az angers-i és a keszthelyi agráregyetem diákjai a Balaton régió termékeire.

5.7. A HÍR gyűjtemény hasznosítási programjának kidolgozása

Először a HÍR gyűjtemény hasznosítási lehetőségeit kívánom felvázolni, ezután az EU támogatási lehetőségeket ismertetni, végül a HÍR gyűjtemény általam kidolgozott és bevezetésre javasolt hasznosítási programját bemutatni.

5.7.1. A HÍR gyűjtemény hasznosítási lehetőségei

A gyűjtemény létrehozása és a könyv kiadása önmagában is komoly eredmény, amely azonban további gazdasági, kulturális, oktatási célú hasznosítási lehetőséget rejt magában. A program sokirányú hasznosítási lehetőségeit már a program indulásakor felmértem (KISÉRDI-PALLÓ, 1998d):

A gyűjtemény gazdasági hasznosítási lehetőségei:

- választékbővítési lehetőség a kereskedelemben és vendéglátásban;
- gyártmányfejlesztési lehetőség az ipar számára;
- kis-és középvállalkozások beindítása;
- az elmaradott térségekben munkahely-teremtési lehetőség;
- a régiók-, és az ország arculatának erősítése;
- vidékfejlesztési programokban való felhasználás;
- falusi turizmus fellendítése, így pl. agrárturisztikai jelentőségű élelmiszer-térkép elkészítése és a borutak mintájára ízutak szervezése stb.

A gyűjtemény kulturális hasznosítási lehetőségei:

- A gyűjtemény kereskedelmi értékesítése könyv alakban, CD formájában és internetes honlapon;
- A gyűjteményt tartalmazó könyvek eljuttatása a fővárosi és megyei könyvtárak, szakkönyvtárak, oktatási intézmények és közgyűjtemények, múzeumok számára;
- A gyűjtemény angol, német, francia nyelvű változatának elkészítése és terjesztése a külképviseleteken keresztül és különböző nemzetközi szakmai konferenciák résztvevői számára.

A gyűjtemény oktatás-kutatási célú hasznosítása:

- A termékleírások kidolgozásában a szakirányú közép- és felsőfokú oktatási intézmények bevonásával (pl. a SZIE, JATE hallgatóinak diplomamunka, szakdolgozati téma).
- A program eredményeként létrejövő gyűjtemény szakmai anyagának beépítése a szakirányú közép- és felsőoktatási intézmények (pl. sütőipari szakképzés, gazdaszonyképző, falusi turizmus ill. élelmiszeripari gyártmányfejlesztő, minőségsszabályozó, minőségügyi menedzser szak) tananyagába. Oktatási

segédkönyvként való alkalmazása az általános iskolákban a Hon-és népismeret tantárgy oktatásában.

- A gyűjteményben szereplő termékleírások tudományos szempontok szerinti elemzése (PhD hallgatók, tudományos kutatók számára)

A HÍR program eredményeinek és perspektíváinak bemutatása céljából a szakemberek széles köre számára „Élelmiszerkincsünk az EU csatlakozás küszöbén” címmel konferenciát szerveztünk az Európai Minőségügyi Szervezet Magyar Nemzeti Bizottságával (EOQ MNB) közösen 2002. május 15-én. A szakmai konferencián elhangzott értékes előadások anyagából az EOQ MNB a résztvevők számára kiadványt is készített.

Az AMC-vel közösen 2002. november 27-én „A HÍR gyűjtemény perspektívái az EU csatlakozásunk szemszögéből” címmel tartottunk szakmai tanácskozást a FOODAPEST-en, ahol a felkért előadók a HÍR gyűjtemény termékeire épített vállalkozásuk első eredményeiről (pl. Tarpai szilvalekvár) és a regionális fejlesztési tervekről (Dél-Dunántúli régió) is beszámoltak.

A 2003. március 19-én tartott, „A magyar mezőgazdaság és élelmiszeripar felkészülése az EU-tagságra” című EOQ MNB-FVM közös szakmai konferencia plenáris ülésének kiemelt témája volt a HÍR gyűjtemény komplex hasznosítási programjának megvalósítása.

A HAGYOMÁNYOK-ÍZEK-RÉGIÓK programot részletesen bemutató tájékoztató anyagot készítettem az FVM honlapja számára, amely elérhető az: www.fvm.hu/euint/hir/hir.htm címen. Ez a tájékoztató anyag felkerült Magyarország EU csatlakozással kapcsolatos <http://www.magyarorszag.hu/eulinkek.html> honlapjára, ahol a Csatlakozás - Háttéranyagok -Tanulmányok linkeken keresztül érhető el.

A HÍR gyűjtemény hasznosítása az egyes ágazatokban is megkezdődött, ezek közül a pékek, sütőipari vállalkozások, sütő és cukrász szakképzés terén eddig elért eredményeket emelném ki, az ezekről szóló szakmai beszámolók listáját tüntetve fel a 10.sz.mellékletben.

A továbbiakban a HÍR gyűjtemény komplex hasznosítási programjának kidolgozásával kívántam foglalkozni. A hasznosítási program kidolgozásával célkitűzésem az volt, hogy olyan gazdaságpolitikai eszközöket határozzak meg, amelyekkel fokozható a gyűjteményben szereplő termékek jó hírneve, piaci versenyképessége az EU egységes belső piacán.

5.7.2. Támogatási lehetőségek az Európai Unióban

A fenntartható mezőgazdasági modellre épített Közös Agrárpolitika értelmében a **mezőgazdaság szerepköre kibővül, egyre inkább multifunkcionális jelleget ölt.** A

mezőgazdasági tevékenység szervesen összefonódik a vidékkel. A mezőgazdaság továbbra is stratégiai szerepet tölt be az élelemtermelésben, de ezen alapvető funkciója mellett a természeti környezet megóvásában, a vidéki táj arculatának megőrzésében, a hagyományok őrzésében, falusi turizmusban, a vidék életminőségének javításában, a munkaerő megtartásában is fontos szerepe van. Mindez megfelel a fenntartható mezőgazdasági törekvéseknek is, de új befektetéseket, többletkiadásokat is igényel, valamint alacsonyabb hozamokkal járhat, amit a társadalomnak **megfelelő támogatási rendszer kiépítésével** kompenzálnia kell.

Csatlakozás után a hagyományos és tájjellegű termékek támogatására a **Strukturális Alapokból** lesz lehetőség:

A Strukturális Alapokon belül ezeknek a minőségi termékeknek az értékesítésére külön támogatási fejezet áll rendelkezésre: ez az előirányzott összeg 2000-2006 közötti időszakban az EMOGA (Európai Mezőgazdasági Orientációs és Garancia Alap) intézkedésének keretében 389,3 millió euró az EU15-re (Franciaország 105,1 millió euró, Olaszország 68,6 millió euró, Spanyolország 65,2 millió euró Portugália 41,9 millió euró).

A vidékfejlesztési támogatásokról szóló 1257/1999/EK rendelete lehetőséget ad a tagállamok számára a minőségi mezőgazdasági termékek értékesítésére, a mezőgazdasági és a mezőgazdasághoz közeli tevékenységek diverzifikációjára, valamint az idegenforgalmi és kézműipari tevékenység támogatására. Ennek értelmében a HÍR gyűjtemény termékeivel kapcsolatos tevékenységek a Nemzeti Fejlesztési Terv Agrár-és Vidékfejlesztési Operatív Programjának (NFT AVOP) 3. prioritása, a vidéki térségek fejlesztése keretében részesülhetnek majd az EU-s vidékfejlesztési forrásokból 2004-től.

A Strukturális Alapok által támogatott és az EU-ban igen jól működő (LEADER+) kezdeményezések, integrált kistérségi programok újabb nagy lehetőséget jelentenek egy-egy térség számára jellegzetes termékek program-szerű fejlesztésére, amely egyben a helyi identitás-tudat és együttműködés fejlesztésének is igen hatékony eszköze.

Mindegyik támogatási lehetőség pályázati rendszerben történik, a pályázatok értékelésénél rendkívül fontos szempont, hogy a helyi jellegzetességű élelmiszer-feldolgozás megfeleljen az Európai Unió élelmiszer-minőségi, élelmiszer-higiéniai, élelmiszerbiztonsági, állatjóléti követelményeinek.

Az Európai Unió INTERREG IIIC programjának célja, hogy építve a Strukturális Alapok programjainak tapasztalataira, segítse a határokon átnyúló, régiók közötti együttműködést és a tapasztalatok átadását. A program keretében olyan hálózatok működését támogatják, amelyek s következő tevékenységeket valósítják meg:

szemináriumok, tanulmányutak, tapasztalatcserék, szakembercserék. A hálózatnak legalább 5 taggal (3 tagállami) kell rendelkeznie, a projektre odaítélhető támogatás 200 ezer és 1 millió euró közé eshet. A pályázóknak az ERDF a projekt költségvetésének 50%-át, 1-es célterületű régió esetében (ahova Magyarország is tartozik) 75%-át téríti meg. A pályázati anyagot minden esetben a vezető partnernek kell benyújtania, a nem uniós tagország szándéknyilatkozat aláírása mellett vehet részt a programban.

5.7.3. A HÍR gyűjtemény komplex hasznosítási programja

Az EU csatlakozás révén megnyíló támogatási lehetőségeket is figyelembe véve a HÍR gyűjtemény komplex hasznosítási programjának 3 fő stratégiai irányvonalát határoztam meg (PALLÓNÉ, 2003):

Hasznosítás a marketing eszközeivel

Ez a feladat a **közösségi marketing eszközeinek alkalmazásával** valósítható meg eredményesen, ezért az AMC Kht. **stratégiai tervében kapjon kiemelt szerepet** – a Kiváló Magyar Élelmiszer (KMÉ) védjegyprogramja mellett- a HÍR gyűjtemény hasznosítási programjának megvalósítása, többek között:

- a HÍR gyűjtemény újbóli kiadása,
- idegen nyelvű kiadvány készítése (háromnyelvű multimédiás CD)
- a gyűjtemény bővítése régiós és határokon átnyúló regionális együttműködés keretében,
- a program eredményeinek bemutatása és hasznosításának elősegítése regionális konferenciák szervezésével,
- a gyűjtemény kiállításokon való megjelenítése,
- a HÍR termékek értékesítés ösztönzése,
- a HÍR védjegy népszerűsítése.

Hasznosítás az iparjogvédelem eszközeivel

A HÍR program döntéshozó testülete, a Nemzeti Tanács 1999. évi alakuló ülésén hozott határozata szerint: „a program eredményeként összegyűjtött termékleírások nemzeti kincsként kezelendők, a Magyar Köztársaság, ezen belül az FVM kizárólagos tulajdonát képezik”. Ezért a minisztérium 2002. március 12-én a Magyar Szabadalmi Hivatalhoz bejegyeztetési kérelmet nyújtott be a „HAGYOMÁNYOK – ÍZEK – RÉGIÓK” (rövidítve: „HÍR”) színes ábrás védjegyre. A Magyar Szabadalmi Hivatal által bejegyzésre került védjegy (ld. 9.sz. melléklet) tulajdonosa az FVM, a védjegy használója pedig az AMC Kht., amely a védjegyet a HÍR programhoz kapcsolódó kiadványokon (könyv, CD, népszerűsítő-oktató kisfilm tünteti fel, illetve a gyűjteményt bemutató kiállításokon, vásárokon használja. A védjegy használata

biztosítja a program elnevezésének és a program által felhalmozott szellemi javaknak a teljes körű jogi védelmét, és a HÍR Gyűjteményben szereplő termékek előállítói számára elősegíteni a piacra jutási lehetőségek bővítését.

A védjegy törvény vonatkozó rendelkezése értelmében lehetőség van arra, hogy -a védjegy tulajdonos minisztérium beleegyezésével- a védjegy használat jogát az AMC



megossza az arra igényt tartó, és a védjegy használatáért garanciát vállaló termelői szervezetekkel. Kérdőíves felmérés szükséges annak felderítésére, hogy a gyűjteményben szereplő termékek előállítóit tömörítő szakmai szervezetek (terméktanácsok, szakmai szövetségek, egyesületek vagy regionális termelői szervezetek) kívánnak-e élni a HÍR védjegy használatának lehetőségével (kiadványokon, helyi termékek értékesítő árusító helyeken, kiállításokon, vásárokon, illetve magán a terméken). Ebben az esetben viszont szükséges a védjegy használatra való jogosultság feltételeinek, a kérelem elbírálási szempontjainak és rendszerének meghatározása.

A HÍR gyűjtemény 300 hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági terméke és élelmiszere közül számos termék esélyes lehet a földrajzi árujelzők vagy a „Garantáltan Hagyományos és Különleges Tulajdonság” tanúsító védjegy oltalmára.



Ezért fontos, hogy a gyűjteményben szereplő termékek előállítói, illetve az előállítók csoportosulásai éljenek az iparjogvédelem adta marketing eszközökkel (védjegy vagy földrajzi árujelző használatával), termékük versenyképességének növelése érdekében.

Hasznosítás a vidékfejlesztési programokban

Az Európai Unió vidékfejlesztési politikája keretében támogatást nyújt a tagállamoknak a minőségi termékek előállításának és értékesítésének támogatására, és a hozzájuk kapcsolódó tevékenységek (falusi turizmus, vendéglátás) folytatására. Ezeknek a tevékenységeknek a kibontakoztatása érdekében javasolható:

- A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek előállításának és piacra jutásának elősegítése vissza nem térítendő támogatási rendszerben. A pályázati rendszer

egyben segíti az EU-s vidékfejlesztési támogatások igénybevételére való felkészülést.

- Termelői önszerveződések (termelői csoportok) létrehozását ösztönző támogatások bevezetése.
- A klaszterek létrehozásának támogatása a piaci értékesítéshez szükséges kritikus tömeg elérésére, az innováció serkentésére.

A továbbiakban a hasznosítási lehetőségek közül az iparjogvédelmi felmérésére és a hozzájuk kapcsoló támogatási rendszer kidolgozására kívántam koncentrálni.

5.7.4. A HÍR gyűjtemény hasznosításának támogatási lehetőségei

Az Európai Unió Euroterroirs (Európa Vidékei) és a hozzá kapcsolódó magyar HÍR Programnak a célkitűzése az volt, hogy a szakemberek összegyűjtsék, és az európai gyűjtemény kritériumrendszerének megfelelően elkészítsék azoknak a hagyományos és tájjellegű termékeknek a leírását, amelyek a csatlakozásunkat követően eséllyel pályázhatnak az Európai Bizottság által létrehozott terméklistára való felvételre, és ezáltal elnevezésük jogi védelmet, előállításuk és forgalmazásuk pedig támogatást élvezhet az Európai Unióban.

Eddig az Európai Bizottság a 2081/92 számú rendelet alapján közel 600 védett eredet-megjelölést és földrajzi jelölést hagyott jóvá. A 2082/92 számú rendelete szerint hagyományos különleges tulajdonság tanúsításában részesült az EU-ban összesen 11 termék.

Ha az európai szinten 600 védett földrajzi árujelzőt összevetjük az Európai Gyűjteményben szereplő 5700 termék számával, feltűnik a nagyságrendi különbség. Ennek okai a következők:

A gyűjteményben szereplő termékeket szakértők gyűjtötték össze, az eredetjelzés bejegyeztetését viszont az előállítóknak maguknak, vagy az előállítók önkéntes csoportosulásainak kérelmezniük kell. Ehhez pedig először is ismerniük kell a lehetőséget nyújtó jogszabályt.

A kérelemhez a jogszabályban rögzített szigorú kritériumrendszernek megfelelő termékleírást kell a kérelmezőknek benyújtaniuk. A bejegyeztetési eljárás hosszadalmas, 1-2- évet is igénybe vesz, sok adminisztrációval jár. Fontos felhívni a figyelmet a földrajzi árujelzők azon sajátosságára, hogy a bejegyzés után a védelem megilleti az adott területen tevékenykedő valamennyi előállítót, aki a termékleírásban rögzített követelményeknek megfelelő terméket állít elő. Ezért célszerű, ha már a kérelmet is közösen, szervezett formában nyújtják be a termelők.

Magyarországon eddig **11 termék földrajzi árujelzőjét** lajstromozta a Magyar Szabadalmi Hivatal a nemzeti eredetvédelmi rendszerben:

Szegedi téliszalámi,
Budapesti téliszalámi
Makói vöröshagyma,
Szegedi fűszerpaprika-őrlemény,
Kalocsai fűszerpaprika-őrlemény,
Gyulai kolbász, Csabai kolbász

Kecskeméti barackpálinka,
Békési szilvapálinka,
Szatmári szilvapálinka és
Szabolcsi almapálinka.

Az EU 2081/92 számú rendelete szerinti eredetvédelemben, illetve a 2082/92 számú rendelete szerinti hagyományos különleges tulajdonság tanúsításában részesíthető termékek kiválasztásakor a HÍR program által összegyűjtött 300 termékleírásra feltétlenül támaszkodhatunk. Fontos különbség azonban a két rendszer között, hogy míg a gyűjtemény létrejötte szakemberek kutatómunkájának eredménye, addig az eredet-megnevezés vagy földrajzi jelölés bejegyeztetését, illetve a hagyományos különleges tulajdonság tanúsítását az előállítónak, illetve az előállítók szakmai csoportosulásának kell kérelmeznie. Az állami feladat itt a termelők, előállítók széleskörű tájékoztatása a jogszabályok nyújtotta iparjogvédelmi lehetőségekről, amelyek hatékony marketing eszközök is egyben.

Követendő példaként említhető a francia modell, mely szerint a mezőgazdasági tárca struktúrájában önálló egységként minőségi jelekre szakosodott hivatalt működtetnek.

A WTO TRIPS egyezménye értelmében a földrajzi jelzés védelme megilleti a védelemben részesülő termék kijelölt földrajzi területen található valamennyi előállítóját, aki a termékleírásban rögzített követelményeknek megfelelő terméket állít elő. A földrajzi árujelzőkkel kapcsolatos támogatási forma WTO által elfogadott ún. zöld dobozos támogatási rendszerbe tartozik, ezért nem esik csökkentési kötelezettség alá. Nemzeti érdek tehát, hogy minél több, arra érdemes termék kerüljön a jövőben bejegyzésre Magyarországon, hiszen csak a nemzeti rendszer keretében már bejegyzett termékek lehetnek esélyesek az európai szintű jogi védelemre és a támogatások igénybevételére a csatlakozás után. A bejegyzések ösztönzésére ezért 2003-tól **támogatási rendszer bevezetését javasoltam** a döntéshozók számára.

Javaslataim a HÍR gyűjtemény iparjogvédelmi eszközökkel történő hasznosításának elősegítésére:

- A HÍR gyűjteményben szereplő termékek közül az eredetvédelemre alkalmas termékek kiválasztásához és az eljárás lefolytatásához szakmai segítségnyújtás az előállítók részére.
- A „Garantáltan Hagyományos és Különleges” védjegy program beindítása az AMC-nél (mintaprojekt: Stifolder, szikvíz).
- Földrajzi árujelzők bejegyeztetési díjának megtérítésére támogatás bevezetése.
- A termékleírások elkészítéséhez szükséges szaktanácsadás költségeihez való állami hozzájárulás.

- A HÍR védjegy használatának kiszélesítése.

5.8. Új és újszerű kutatási eredmények

1. Magyarországon elsőként tanulmányoztam és publikáltam az eredetvédelem és a hagyományos különleges tulajdonság tanúsításának EK szabályozását és tártam fel hazai alkalmazási lehetőségeit.
2. A vonatkozó külföldi szakirodalom feltáró elemzése után meghatároztam a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek különleges minőségét, mint új minőségi dimenziót a versenyképesség biztosításának szempontjából. Javaslatom a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek különleges minőségének meghatározására: A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek különleges minősége a termék előállításához kötődő hagyományoknak, tájnak és történetnek a termékben való kifejeződése.
3. A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek definíciójára alapozva meghatároztam a gyűjteménybe kerülés követelményrendszerét. A követelményrendszer értelmében a listára kerülhetett minden olyan mezőgazdasági termék és élelmiszer, amelyet hagyományos módon állítanak elő, egy adott tájegységhez köthető módon, történelmi múltja van, ugyanakkor ma is létező, az adott térségben ismert és forgalmazott termék.
4. A hagyományos és tájjellegű termékek tudományos alapokon álló országos szintű összegyűjtésével, továbbá régiókénti és ágazatonkénti rendszerezésével korábban nem foglalkoztak Magyarországon, ezért újszerű feladat volt a program szervezeti struktúrájának létrehozása és az összes élelmiszerágazatra és az ország minden régiójára kiterjedő gyűjtőmunka folyamatának a kialakítása, különös tekintettel a kutatás multidiszciplináris jellegére.
5. A faktoranalízis eredménye szerint a fogyasztók az „érzékszervekkel érzékelhető előnyök” mellett a „nem megfogható, presztízssértékű előnyt” (eredet, hagyományos jelleg) is fontos szempontnak tekintik a gomolyasajt vásárlásakor. Szempontok még a fogyasztók választásában a csomagolás-márka, ár-reklám és a megszokás is.
6. Az eredetvédelem megvalósíthatóságának vizsgálata során a SWOT analízis eredménye alapján megállapítható, hogy a hajdúsági torma vizsgált jellemzői kielégítik az eredetvédelem terméket, termelőt és termelést érintő követelményeit. A hajdúsági torma esetében a termék gyengesége, hogy a hazai fogyasztók kevésbé ismerik. A vecsési káposzta SWOT analízise alapján is kedvezőnek ítéltetők a termék eredetvédelmi esélyei, viszont a termelői összefogás gyenge a földrajzi árujelző megszerzéséhez.

7. A gyűjteménybe került 300 hagyományos és tájjellegű termék komplex (gazdasági, oktatási-kutatási célú) hasznosítási programjának és a hozzá kapcsolódó EU és WTO konform támogatási rendszerek kidolgozása élelmiszergazdaságunk EU csatlakozásra való felkészülésének időszakában igen időszerű feladat. Ezáltal biztosítható, hogy elnevezésük jogi védelmet, előállításuk és értékesítésük pedig támogatást élvezzen az Európai Unióban a csatlakozást követően.

6. KÖVETKEZTETÉSEK ÉS JAVASLATOK

Kutatómunkám három fő szakaszból állt, az egyes fázisokban elért eredményekből levonható következtetéseket, javaslatokat a kutatási eredményeimet ismertető fejezet vonatkozó alfejezeteinek végén részletesen kifejtettem. Itt most a legfontosabb következtetéseimet, javaslataimat foglalom egységes keretbe a könnyebb áttekinthetőség érdekében:

1. Az európai eredetvédelmi és különleges tulajdonság tanúsítási rendszer hazai alkalmazási lehetőségeinek, előnyeinek feltárása során megállapítottam, hogy **a rendszerek hazai bevezetése biztosítaná a magyar termékek jogi védelmét** az EU egységes belső piacán a hamisításoktól és más tisztességtelen piaci eszközök alkalmazásától. Termékeink elnevezéseinek **az Európai Bizottság által elfogadott listára kerülése pedig jelentős marketing értékkel bírna** és hozzájárulna hagyományos termékeink **versenyképességének növeléséhez**. Ezért javasoltam a rendszer minél gyorsabb bevezetését Magyarországon, valamint az olyan hazai termékek listájának összeállítását, amelyek esélyesek lehetnek az EU listára kerülésre és minőségük alapján exportképesek.
2. Kiemelkedően fontos feladat a fogyasztókban a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek különleges minőségének tudatosítása, a termékek ismertségének növelése és versenyképességük fokozása érdekében. Ennek hatékony megvalósításához a közösségi marketing eszközeinek alkalmazását javasoltam.
3. A kérdőíves felmérés szerint a fogyasztók **fontos szerepet tulajdonítottak a védjegy használatának** is. A HÍR gyűjtemény termékeinek népszerűsítése érdekében ezért javasoltam a HÍR védjegy rendszer kiépítését a terméktanácsokkal együttműködve.
4. A földrajzi árujelzők és a „Garantáltan Hagyományos és Különleges” védjegy bejegyzések ösztönzésére EU és WTO konform **támogatási rendszer bevezetését javasoltam** a döntéshozók számára.
5. A SWOT elemzések alapján megállapítottam, hogy a termékpálya szereplőinek együttműködési készsége terén még jelentős hiányosságok mutatkoznak, ezért a termelői csoportosulások létrehozásához EU konform támogatási rendszer kiépítését javasoltam.
6. A termékek ismertségét növelése, piacra jutási lehetőségeik növelése érdekében szükséges a helyi és térségi szerveződések, klaszterek⁶ létrehozásának ösztönzése.

⁶ Klaszter: az egymással kölcsönösen összekapcsolt társaságok, szervezetek, intézmények földrajzi koncentrációja (PORTER, 2000)

Ezeket a javaslataimat a HÍR gyűjtemény komplex hasznosítási programjába beépítettem.

6.1. Javaslataim a HÍR gyűjtemény hasznosítására

Az EU csatlakozás révén megnyíló támogatási lehetőségeket is figyelembe véve a HÍR gyűjtemény komplex hasznosítási programjának 3 fő stratégiai irányvonalát határoztam meg:

➤ Hasznosítás a marketing eszközeivel

Ez a feladat eredményesen a **közösségi marketing eszközeinek alkalmazásával** valósítható meg, ezért az AMC Kht. **stratégiai tervében kapjon kiemelt szerepet** – a Kiváló Magyar Élelmiszer (KMÉ) védjegy programja mellett - a HÍR gyűjtemény hasznosítási programjának megvalósítása, többek között:

- a HÍR gyűjtemény újbóli kiadása,
- idegen nyelvű kiadvány készítése (háromnyelvű multimédiás CD),
- a gyűjtemény bővítése régiós és határokon átnyúló regionális együttműködés keretében,
- a program eredményeinek bemutatása és hasznosításának elősegítése regionális konferenciák szervezésével,
- a gyűjtemény kiállításokon való megjelenítése,
- a HÍR termékek értékesítés ösztönzése,
- a HÍR védjegy népszerűsítése.

➤ Hasznosítás az iparjogvédelem eszközeivel

A földrajzi árujelzők és védjegyek használata a piaci versenyképesség biztosításának fontos és támogatott eszköze az EU-ban, ezért alkalmazásukat EU és WTO konform támogatási rendszer bevezetésével is ösztönözni kell:

- Szakmai segítségnyújtás az előállítók részére a HÍR gyűjteményben szereplő termékek közül az eredetvédelemre alkalmas termékek kiválasztásához és az eljárás lefolytatásához.
- A „Garantáltan Hagyományos és Különleges” védjegy program beindítása (mintaprojekt: Stifolder, szikvíz).
- Támogatás bevezetése a földrajzi árujelzők bejegyeztetési díjának megtérítésére.

- Állami hozzájárulás a termékleírások elkészítéséhez szükséges szaktanácsadás költségeihez.
- A HÍR védjegy használatának kiszélesítése

➤ **Hasznosítás a vidékfejlesztési programokban**

Az Európai Unió vidékfejlesztési politikája keretében támogatást nyújt a tagállamoknak a minőségi termékek előállításának és értékesítésének támogatására, és a hozzájuk kapcsolódó tevékenységek (vendéglátás, falusi turizmus) folytatására. Ezeknek a tevékenységeknek a kibontakoztatása érdekében javasolható:

- A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek előállításának és piacra jutásának elősegítése vissza nem térítendő támogatási rendszerben. A pályázati rendszer egyben segíti az EU-s vidékfejlesztési támogatások igénybevételére való felkészülést.
- Termelői önszerveződések (termelői csoportok) létrehozását ösztönző támogatások bevezetése.
- A klaszterek létrehozásának támogatása interregionális programokban való részvétellel, együttműködve az EU tagállamaival.

A kutatómunka folytatásának javasolt fő irányai

- A HÍR védjegy tanúsítási rendszerének előkészítése az érintett szakmai szervezeteknél (termék-tanácsok, regionális vidékfejlesztési irodák) történő szakmai kérdőíves felméréssel.
- Az európai oltalomra alkalmas termékek kiválasztásának folytatása, a francia-magyar együttműködés keretében, magyar és francia egyetemek bevonásával.
- Fogyasztói kérdőíves felméréssel a továbbiakban régióként kellene megvizsgálni, hogy a fogyasztók termékválasztásában milyen szerepet játszik régiós kötődésük. Ez jelentős segítséget jelentene a HÍR gyűjtemény sikeres marketing és kommunikációs stratégiájának részletes kidolgozásához, a régióimázs kifejlesztéséhez.

A HÍR gyűjtemény létrehozása önmagában is komoly kutatási eredmény, amely azonban számos további kutatási projektet inspirált már az eltelt rövid idő alatt, és további kutatási –feltárási lehetőségeket rejt még magában. A teljesség igénye nélkül ismertetnék ezek közül néhányat:

- A gyűjtemény, mint az agrártörténet új adatbázisa az agártörténészek számára még sok szempont szerint lesz vizsgálható. Ezek eredményei nemcsak a termelésbe

engednek majd betekintést, hanem a társadalmi háttérre, a mesteremberek és a termelő-gyártó közösségek életére, egy-egy agrártájra vonatkozó megannyi részletező információval fognak szolgálni. Ebben az irányban a Mezőgazdasági Múzeum tudósai folytatnak kutatásokat.

- Az AMC támogatásával az idén megkezdődött a határontúli területeken folytatandó gyűjtőmunka megszervezésének az előkészítése, itt első lépés a történeti szempontú kutatómunka (a határontúli magyar egyetemekkel való együttműködés keretében).
- A gyűjteményben szereplő tájjellegű zöldség-gyümölcs fajták termesztésbe vonásának lehetőségeinek kutatása a SZIE Zöldség és Gyümölcs Tanszékein.
- A HÍR termékek csomagolásának fejlesztésére vonatkozó kutatások folytatása.

7. ÖSSZEFOGLALÁS

Magyarország EU csatlakozása nagy kihívást jelent a magyar élelmiszergazdaság számára. Ennek a kihívásnak kiváló és különleges minőségű termékeinkkel felelhetünk meg. A piaci versenyképesség fokozása érdekében ezért egyre inkább előtérbe kerül a **minőséget garantáló védjegyek és a földrajzi árujelzők** alkalmazása.

Kutatómunkám kereteinek meghatározása során a hagyományos és tájjellegű termékek versenyképességét EU csatlakozásunk szempontjából meghatározó két alapvető tényezőjét vettem figyelembe: az Európai Unió közös agrár- és vidékfejlesztési politikájának hosszú távú célkitűzéseit és Magyarország csatlakozásra való felkészülési stratégiáját.

Célkitűzések

Kutatómunkám megkezdésekor a következő feladatok megoldását tűztem ki célul:

1. Az eredetvédelem és hagyományosan különleges tulajdonság tanúsítási eljárások és rendszerek átültetése a magyar gyakorlatba. Ezen általános célkitűzésen belül a következő részproblémákat kellett megoldani:

- Az eredetvédelmi és hagyományosan különleges tulajdonság tanúsítási rendszerek és eljárások tanulmányozása az EU-ban.
- Az európai eredetvédelmi és hagyományosan különleges tulajdonság tanúsítási rendszer hazai alkalmazása előnyeinek feltárása.
 - Javaslat készítése a nemzeti eredetvédelmi és hagyományos tulajdonság tanúsítási rendszer kialakítására Magyarországon.

2. A Hagyományos és Tájjellegű Élelmiszerek Gyűjteményének létrehozására irányuló program kidolgozása keretében a következő feladatokat kellett megoldani:

- A gyűjteménybe kerülés kritériumrendszerének kidolgozása az európai gyűjtemény kritériumrendszerének és a magyar sajátosságoknak a figyelembevételével.
- A gyűjtemény termékcsoportjainak kialakítása az európai gyűjtemény rendszerének és a magyar specialitásoknak a figyelembevételével.
- Az egész élelmiszerágazatra és az ország minden régiójára kiterjedő gyűjtőmunka módszerének meghatározása, tekintettel a kutatás multidiszciplináris jellegére.

3. Végül a kutatási program harmadik részében a HÍR gyűjtemény hasznosítási lehetőségeinek feltárása:

- A hagyományos és tájjellegű termékek ismertségének vizsgálata a fogyasztók körében.
- A létrehozott gyűjtemény termékeinek megfelelése az eredetvédelmi rendszer követelményeinek.
- A gyűjtemény komplex hasznosítási programjának kidolgozása.

Alkalmazott módszerek

Munkám során a kutatási módszerek széles skáláját célszerűen alkalmaztam, többek között jogi hatáselemzést, ötletbörzét (brain storming), Delphi módszert, fogyasztói kérdőíves felmérést, SWOT analízist és faktoranalízist.

Eredmények, következtetések és javaslatok

1. A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek európai és nemzeti gyűjteménye létrehozásának jogszabályi háttérét jelentő közösségi és hazai szabályozások jogi hatáselemzése alapján megállapítottam, hogy ezek a rendeletek a különleges élelmiszerek ellenőrzésének új rendszerét alakítják ki a fogyasztók és az előállítók érdekeinek védelmében. A rendeletek hatálya alá tartozó termékeket alávetik a termékleírásban rögzített követelményeknek való **megfelelőség vizsgálatának**, ezáltal **minőségi garanciát nyújtanak a fogyasztók számára a termékek hitelességéről**.
2. Az eredetjelzett termékekre vonatkozó kutatási eredmények elemzése **alapján szoros összefüggést találtam a termék minősége és eredete között**. Az eredetjelzett termékek különleges minősége az adott földrajzi környezet sajátos természeti és emberi tényezőinek köszönhető (humán know-how).
3. A hagyományosan különleges tulajdonság pedig az élelmiszerhez az előállítás során felhasznált hagyományos nyersanyagból, hagyományos technológiából és összetételből eredő tulajdonság, A minőségi különbség a szokványos termékkel szemben, tehát a **speciális előállítási módban** (szakmai know-how) rejlik.
4. A helyi jellegzetességű termékek esetében a két definíciót igen nehéz elválasztani egymástól, helyesebb a **hagyományos és tájjellegű** kifejezést használni. Ez a fogalomrendszer kifejezi a helyi közösségek (tájjelleg) ismereteiből és gyakorlatából származó gyártási ismeretek (helyi know-how) és

gyakorlat hosszú időn (generációkon) keresztül történő továbbadását (hagyomány). A hagyományos és tájjellegű termékek minőségének tehát **időbeli** (történetiség) és **térbeli** (földrajzi helyhez kötődés) **dimenziója** is van. Továbbá a hagyomány a helyi közösségek életéhez kötődve egy kultúrának is a kifejeződése, tehát a hagyományos és tájjellegű termékek minőségének **harmadik dimenziója a kultúra**.

5. Elméleti kutatási eredményeim alapján a hagyományos és tájjellegű termékek minőségének tudományos meghatározására a következő definíciót javaslom: **A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek minősége a termék előállításához kötődő hagyományoknak, tájnak és történetnek a termékben való kifejeződése.**
6. A felmérés eredménye szerint **a fogyasztók meghatározó szerepet tulajdonítottak** a hagyományos és tájjellegű termékek esetében az **idődimenzió**nak és a **helydimenzió**nak. A fogyasztó teljes mértékben egyetértettek a HÍR gyűjteménynek, mint kulturális örökségünk részének a létjogosultságával, ez mutatta a **kulturális dimenzió kiemelkedő szerepét**. Ezenkívül még **fontos szerepet tulajdonítottak** a fogyasztók a **védjegy használatának** is. Ez alátámasztotta a védjegy rendszer kiépítésének szükségességét a HÍR gyűjtemény termékeinek népszerűsítése érdekében.
7. A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek minőségének ezen jellemzői természettudományos módszerekkel nem mérhetők, viszont a fogyasztói felmérés eredménye szerint a fogyasztóknak termék minőségével kapcsolatos értékítéletét befolyásoló tényezők. Ezeknek a **feltárt értékeknek a fogyasztók felé való közvetítése a termékek ismertségének növelése és versenyképességük fokozása érdekében kiemelkedően fontos feladat**, amelynek megvalósításához a **közösségi marketing eszközeinek alkalmazását javasoltam**.
8. A HÍR gyűjteményben szereplő termékek eredetvédelmének megvalósíthatóságára irányuló vizsgálataink eredménye szerint a termékek közül – megfelelő szakmai szűrés után – számos terméknek lehet esélye a nemzeti, majd az EU csatlakozás után az európai szintű oltalomra is. A SWOT elemzés alapján megállapítható, hogy a **termékpálya szereplőinek együttműködési készsége terén még jelentős hiányosságok mutatkoznak**,

továbbá a termékek ismertségének növelése érdekében is további erőfeszítéseket kell tenniük.

9. Az EU csatlakozásunkkal megnyíló támogatási lehetőségek számbavétele után, azok hatékony felhasználására való felkészülésünk érdekében, stratégiai tervet dolgoztam ki termékek gazdasági hasznosítására. A HÍR hasznosítási program javasolt 3 fő stratégiai irányvonala:

- a. Hasznosítás a közösségi marketing eszközeivel
- b. Hasznosítás az iparjogvédelem eszközeivel (védjegyek és földrajzi árujelzők elterjesztése)
- c. Hasznosítás a vidékfejlesztési programokban

10. A kutatómunka folytatásának javasolt irányai:

- a. A HÍR védjegy termékvédjegyként való bevezetésének előkészítése szakmai kérdőíves felméréssel
- b. Az európai oltalomra alkalmas termékek kiválasztásának folytatása
- c. Régióimázs kutatás fogyasztói kérdőíves felméréssel

Összegzés

A csatlakozásra való felkészülés folyamatában fontos az élelmiszergazdaság megfelelő felkészítése a jelenlegi hazai piaci részesedésének megőrzése, és a megnyíló új piaci lehetőségek jobb kiaknázása érdekében. Ennek elsődleges feltétele a termékek piaci versenyképességének javítása, melynek egyik hatékony eszköze lehet a hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági és élelmiszeripari termékek EU konform minőségtanúsítási rendszerének létrehozása Magyarországon. A hagyományos magyar élelmiszerek piaci versenyképessége jelentősen javítható a hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági termékek és élelmiszerek gyűjteményének létrehozásával és a gyűjteménybe került termékek komplex hasznosítási programjának kidolgozásával.

8. SUMMARY

The joining of Hungary to the EU means a big challenge for the Hungarian Food Industry. We can compete with this challenge with best quality and unique products only. In order to improve competitiveness the use of trademarks and geographical indications guaranteeing for quality will gain terrain.

While determining the framework of my research work I considered two factors of the competitiveness of the traditional and specific products in the view of our joining the EU: the long-term objectives of the EU of the common agricultural and rural development policy and Hungarian strategy for preparing the joining.

Objectives

At the beginning of the research work I set up the following aims:

1. The certification systems and processes for protection of origin and certification of specific character should be transplanted into the Hungarian praxis. In this respect the special tasks are to be solved like:

- Studying of certification systems and processes for protection of origin and certification of specific character in the EU Member States.

- Revealing the advantages of the domestic utilization of the EU systems and processes for protection of origin and certification of specific character.

- Elaborating the proposal for introducing of the systems in Hungary.

2. In the framework of the creating a collection of traditional and regional products (hereinafter: Collection) the following tasks had to be solved:

- Elaborating of criteria how to get into the collection considering the European criteria and the Hungarian specificity.

- Setting up of product groups considering the European criteria and the Hungarian specificity.

- Setting up the method of how to proceed by collecting work expanding onto the whole territory of Hungary with due regard to the multidisciplinary.

3. Finally, in the third part of the research programme I aimed at exploring the possibilities for the economic utilization of the Collection:

- Examination of the recognition rate of the traditional and regional products in the circle of the consumers.

- The conformity assessment of the products enlisted in the Collection with the requirements of the protection of origin.

-Elaboration of a complex utilization programme.

Methods

During my research work I tried to apply the wide scale of the research methods adequately, among others the legal impact analysis, the brain storming method, the Delphi method, the consumer questionnaire survey, the SWOT analyses and the factor analyses.

Results, conclusions and suggestions

1. On the basis of the impact analysis of the EU and Hungarian legislation regarding the traditional and regional foodstuffs I could state that these regulations enable us to create a new system of controlling the special food in order to protect the interests of consumers and those of producers. The products undergoing the regulations will be affected on their conformity with these requirements thus providing quality guarantee for the consumers as having bought something authentic.
2. If analysing the research results on the origin labelled products I found a tight relationship between the quality of the product and its origin. The speciality quality of the origin labelled products is due to the unique natural and human conditions of the given region (human know how).
3. The traditional feature is based upon the traditional raw materials, traditional composition and traditional mode of production or processing. The quality difference arises from the different type of professional know-how opposite a standard product.
4. In case of the local product it is very difficult to separate the above-mentioned factors from each other it is may be most recommendable to use the “traditional and regional” complex expression. This concept-formation expresses the long-year based knowledge of the local population, their local know how and the practice coming from generation to generation. The traditional and regional products have both temporally (historical) and geographically (local) meant dimension. The traditions are regarded as a kind of culture, which is considered as a third dimension forcing their special quality.
5. On the basis of my theoretical research work it could suggest a definition like that to underline the quality of traditional and regional foodstuffs: the quality of the traditional and regional foodstuff implicates the traditions, the geographical features and historical background; thus binding to the specific mode of production.
6. According to the results of the survey the consumers paid due attention to the temporal dimension and the local dimension if purchasing above category of foodstuff. They were fully agreed upon the importance of the TTR (Traditions-Tastes-Regions) collection as one part of our cultural heritage underlining the high grade of cultural

dimension. All this required the trademark system to be introduced in order to popularise the TTR collection.

7. These above features of the traditional and regional products cannot be measured by any method of natural science nevertheless they play an active role in influencing the consumers in their decision to buy them. It is an imperative to transmit the values coming from the above-mentioned three dimensions also the increasing of knowledge about these products and of their competitiveness. For this I have proposed to make use of the collective marketing tools.

8. How to achieve feasibility of protection of origin for these products I proposed to undertake an adequate filtering action and this brought the revelation that there are several products being able to meet EU requirements in Europe. Based on the SWOT analyses I could state that in the field of collaboration of the parties involved there are still left much to be desired and also in the spreading of knowledge about the products a lot must be done.

9. I elaborated a strategic plan to be able to profit from the EU financial fund after accession. The 3 proposed directive of the TTR utilization programme are the following:

- Utilizing the instruments of collective marketing.
- Utilizing the instruments of the industrial property rights.
- Utilizing in the rural development programmes.

10. The proposed directions of the continuing the research should be.

- Preparation of the launching of trademark (TTR) on product label.
- Keeping on the conformity assessment of Hungarian traditional and regional products according to the EU protected designation of origin and geographical indication.
- Region image search by consumer questionnaire survey.

Summarizing

In the process of the joining preparing of the agricultural economy is important as far as its share on the domestic and the market share in the future should be assured. The first imperative for this is the improvement of the competitiveness of the products the main tool of which is to create EU conform certification system for agricultural products and foodstuffs. Creating the collection of the traditional and regional products and elaborating of their complex utilization programme can considerably improve the competitiveness of the traditional Hungarian food.

Irodalomjegyzék

1. ALLAIRE G-SYLVANDER (1996): Qualification des produits et des territoires Cahiers d'Economie et Sociologie Rurales 44 pp. 30-59 <http://www.origin-food.org/pdf/pdo-pgi.pdf>
2. ASCENCIO, P. (1998): Az Európai Bizottság minőségpolitikája MM: Minőség és Megbízhatóság 98(6), p. 251-255.
3. BALASSA B. (1966): Tariff reduction and trade in manufactures among industrial countries, American Economic Review 56. (1) pp. 99-123.
4. BALDI, A. (2002): Európa biogeográfiai régiói (személyes adatközlés alapján), Magyar Természettudományi Múzeum
5. BÁNÁTI D. - LAKNER Z. - VAJDAI N.T. (2003): Az élelmiszer-biztonság megítélése és a magyar fogyasztók kockázatszélése. Budapest: Környezet és Fejlődés kiadó
6. BÁNÁTI D.(2000): Az élelmiszerlánc szereplőinek feladatai az új évezred küszöbén. Élelmészeti Ipar, 54 (11) 323-325. p. 54 (12) 353-354. p.
7. BÁNÁTI D.(2002.): Food Safety activities and their perception – are the applicant countries ready to join this activity? European Food Law Association Congress Budapest. Programme Abstracts 8p.
8. BÁNYAINÉ S.J.-PERCZELNÉ Z.M.:(1983): Tartósított termékek statisztikai minőségellenőrzése, Mezőgazdasági Kiadó, Budapest
9. BARJOLLE, D. - SYLVANDER, B. (2000): Some factors of success for OLP in Agri-Food Supply Chains in Europe, DOLPHINS homepage: <http://www.origin-food.org>
10. BECKER, T. (2000) Herkunft, Qualität und Regionales Marketing. In: Herkunft, Qualität und Regionales Marketing. *Agrarwirtschaft*. 49 (12)
11. BENET I. (1997): Some characteristic features of the new Hungarian agricultural policy, Theses for habilitation, Pannon Agricultural Univ.; Keszthely:1-150. p.
12. BESCH, M. et al. (2000): Regionale Marketing-Konzeption im Agribusiness – Theoretischer Ansatz und Empirische Ergebnisse. In: *Agrarspektrum Schriftenreihe*. Regionale Vermarktungssysteme in der Land-, Ernährung- und Forstwirtschaft. Chancen, Problemen und Bewertung. Frankfurt Am Main: DLG-Verlag

13. BESCH, M. et al. (2001): Link between OLP Products and Production-Marketing Systems (Local/Global). Work Package 2, *DOLPHINS Research Project* (Development of Origin Labelled Products: Humanity, Innovation and Sustainability)
14. BEUC (2002): Economy, Ecology and Ethics: consumer expectations. IAMA Forum.
15. BIACS, P.(2003). Az élelmiszerbiztonság és intézményrendszere Magyarországon. „A magyar mezőgazdaság és élelmiszeripar felkészülése az EU-tagságra” témájú szakmai konferencia kiadványa. EOQ MNB, Budapest: 40-46. p.
16. BIACS,P. (1997): Dimensions of Quality in the Agri-Food Industry Élelmiszervizsgálati Közlemények (Journal of Food Investigations), Budapest: 43 (2) 89-96. p.
17. BLOMSTÖRM M. - LIPSEY R. E. (1992): The competitiveness of countries and their multinational firms, EFI Research Paper, Nr. 4684; Stockholm: 1-52. p.
18. BOCCALETTI,S-KARANTININIS,K (2002): Quality Signals and Agri-Food "Chain Reactions" Ed: J.H.Trienekens-S.W.F.Omta Paradoxes in Food Chains and Networks Proceedings of the 5th International Conference on Chain and Network Management in Agribusiness and the Food Industry (Noordwijk, 6-8 June 2002) pp.260-273
19. BOWEN H.P. (1983): On the theoretical interpretation of indices of trade intensity and revealed comparative advantage, *Weltwirtschaftliches Archiv* 119. (2) 464-472. p.
20. BUCKWELL Anan et al (1997): Towards a Common Agricultural and Rural Policy for Europe. In: European Economy, European Commission Directorate-General for Economic and Financial Affairs, Reports and Studies, No 5, Luxemburg
21. BUDAY-SÁNTHA A. (2001): Agrárpolitika-vidékpolitika (A magyar agrárgazdaság és az Európai Unió), Dialóg Campus Kiadó, Bp-Pécs 452 p.
22. BULLA, B. - MENDÖL, T (1947): A Kárpát-medence földrajza, tanári segédkönyv Országos Közoktatási tanács, Budapest újbóli kiadása Kocsis Károly geográfus tanulmányával kiegészítve, Lucidus Kiadó, 1999
23. CASABIANCA F.- DE SAINTE MARIE (1997): Concevoir des innovations pour des produits typiques, contribution to the 52 Seminar of the European

- Association of Agricultural Economists, EU typical and traditional productions:rural effects and agro-industrial problems, Parma, 19-21 June 1997.
24. CSETE L. (2003): Az Agrárgazdaság fenntartható fejlesztése Johannesburg után és az EU előtt, Gazdálkodás, Budapest, 1. 13-25. p.
 25. CSOMA ZS. (1998): Rural Surroundings - City Provision, Central Benefit Foundation, Budapest: 99-126. p.
 26. CSOMA ZS. (1998): Rural Surroundings - City Provision, Central Europe Benefit Foundation, Budapest: 99-126. p.
 27. DÁNYI I. – VARGA L. (1998): Gondolatok a nemzeti minőségpolitika és a nemzeti minőségügyi program előkészítéséről MM 9816, 260-267. p.
 28. DIMÉNY, I.(1989): A kertgazdaság ökonómiai alapjai, Akadémiai Kiadó, Budapest
 29. ERNYEI, GY.(2002): Élelmiszer-biztonság menedzsment. Egyetemi segédlet, Szent István Egyetem, Budapest
 30. GAÁL, B. (1995): Közösségi marketing .az agrárgazdaságban, Mezőgazda Kiadó, 133p.
 31. GARVIN,P.A. (1988): Managing Quality: The Strategic and Competitive Edge, New York, Free Press
 32. GELARD, D. (2002): Emphasizing culinary heritage thans to European labels of quality (AOP and IGP,) A Hagyományok-Ízek-Régiók gyűjtemény komplex hasznosítási programja Szakmai konferencia kiadvány Proceedings 110-111. p. EOQ MNB Bp.
 33. GREEN D (2002): Business Excellence and Care for the Environment www.iga.org/q2002/proceedings.htm
 34. HAGGLUND, B. (2002): Sustainability and Competitiveness www.iga.org/q2002/proceedings.htm
 35. HAJDU I.né – LAKNER Z. (1999): Az élelmiszeripar gazdaságtana, Budapest: Mezőgazdasági Szaktudás Kiadó, 569 p.
 36. HALMAI, P. (szerk.). (2002): Az Európai Unió agrárrendszere, Mezőgazda Kiadó, Budapest, 301p.
 37. HARNOS Zs.-SZENTELEKI K: (1998): Borinfo, az új magyar borászati információs rendszer Lippay János-Vas Károly Nemzetközi Tudományos Ülésszak, Élelmiszeripari Gazdaságtan Szekció,Budapest, Abstract, pp.94

38. HARTMANN M. (1993): Überlegungen zur Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Ernährungsgewerben, Agrarwirtschaft, 42(6) 237-247. p.
39. HOSMER, T. - CHEN, F.(2000): Ethics and Economics: Growing Opportunities for Joint Research, Business Ethics Quarterly, Vol., 11.Issue 4. 599-619. p.
40. HOSMER. T. – CHEN. F.((2001): Ethics and economics: growing opportunities for joint research, Business Ethics Quarterly, Vol.11, 600-619. p.
41. HYVÖNEN, S. (1995): Competitive advantages, bargaining power and organisation performance: the case of food manufacturing firms; Agribusiness, 11 (4) 333-348. p.
42. ITTERSUM, K. (2002): The Role of region of origin in Consumer decision-Making and Choice <http://www.origin-food.org>
43. JOBBER, D.:(1999): Európai marketing, Műszaki Kiadó, Budapest, 482p.
44. JURAN J. M. (1966): Minőség, tervezés, szabályozás, ellenőrzés, Budapest: Műszaki Könyvkiadó
45. KOVÁCS T.(1997): A vidékfejlesztés problémái és feladatai In: A falu, 1997.nyár. p-11-17
46. KULCSÁR L., KOZÁRI, J.(1998): A vidékfejlesztés új stratégiája Magyarországon, Vision 2000, Tudományos közlemények 4., GATE
47. LAKNER Z. – SOMOGYI S. – HORVÁTH ZS. (1998): Food Quality and Market, Agro-21 Broshures Future View of the Agriculture, Budapest: Vol.22 52-54. p.
48. LAKNER Z. – SZABÓ E. MONSPART-SÉNYI J. (2000): The Country and Region of Origin Effect in a transition Economy, Agrarwirtschaft, Vol.49 (12) 411-417. p.
49. LANDAU, R. (1992): Technology, capital formation and U.S. competitiveness [in: Hickman B.G.: International Productivity and Competitiveness] Oxford Univ. Press Oxford-New York 299-329. p.
50. LÁNG I. et al. (1995): Az agrárgazdaság fenntartható fejlődésének tudományos megalapozása, Budapest: Akaprint Kft. 125 p.
51. LÁNG, I. -CSETE L- (1999): Minőség és agrárstratégia, Budapest: Magyar Tudományos Akadémián, 408 p.
52. LEHOTA J. – TOMCSÁNYI P. (1994): Agrármarketing. Budapest: Mezőgazda Kiadó 249 p

53. MAÁ CZ, M.(2001): A vidékfejlesztés helye, szerep és fejlődési lehetőségei az Európai Unióban, Doktori értekezés, Gödöllő, p.156
54. MADARÁ SZ, I.: (2000): Hogyan készítsünk vidékfejlesztési programot, Agroinform kiadóház, Bp. p.104-107.
55. MASON, L. - BROWN, C. (1999): Traditional Foods of Britain, Prospect Books, Devon, 416 p.
56. MOLNÁ R, P. (1991): Az élelmiszer-minőség meghatározásának újabb szempontjai. Élelmezési Ipar, (10) 379-383. p.
57. MOLNÁ R P. - VÁRKONYI G.(1998): Beszámoló „A kiváló minőségű és a hagyományos különleges tulajdonságú élelmiszerek megfelelőségének tanúsítás- és az eredet megjelölése” témájú szakmai rendezvényről, élelmiszervizsgálati Közlemények, Budapest 44 (3) 154-172. p.
58. MOLNÁ R P.(2000). Az európai minőség jövőképe felé. Minőség és Megbízhatóság. (3) 116-122. p. (4) 183-189. p. (5) 244-252. p.
59. MOLNÁ R P.(2002): Az élelmiszer-biztonság időszerű kérdései az európai szabályozás tükrében. Minőség és Megbízhatóság. (3) 123-129. p. (4) 208-215. p. (5) 280-283. p.
60. NASON, R.W.-ERNYEY GY. (1992): Market Reform in Transition Economies, Acta Agronomica Hungarica Vol. 41 (3-4), 251-260 p.
61. NELSON, P. (1970): Information and Consumer Behaviour, *Journal of Political Economy*, Vol.78, March-April.
62. OBST, S., POUDELET, M., SOTTONG, C.(1997): Speciality Agricultural Products and Foodstuffs Officer for Official Publications of the EC, Brussels, 30. p.
63. ORBÁNNÉ N. M. et. al (2001): A WTO Egyezmény hatása a magyar agrárpolitika jelenére, jövőjére és teendőire. *Agrárgazdasági Tanulmányok, 2001/1* Budapest:
64. PORTER M. (1990): The Competitive Advantage of the Nations, Free Press; New York, The World Bank: World development indicators; Washington, D.C. 1-654. p.
65. PORTER M. (2000): Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy, *Economic Development Quarterly*, Vol.14, 15-30. p.
66. RÁ CZ E. (1997): A magyar élelmiszergazdaság minőségpolitikája és megvalósításának feladatai, Európai Minőség Hét Magyarországon, 1997,

- Nemzetközi Élelmiszer Minőségügyi Konferencia 1997. XI. 10-13. Konferencia kiadvány EOQ MNB, Budapest, 1997
67. RÁCZ E. (1998): Az élelmiszerekhez kapcsolódó hagyományok és az eredet értéke, védelme. Az 1998. március 19-én megtartott rendezvény kiadványa, FVM Budapest
 68. SÁRKÖZY P. (1986): Értékelemzés az élelmiszer-gazdaságban, Budapest, Mezőgazdasági Kiadó
 69. SEN, A.(1997): Economics, Business principles and Moral Sentiments, Business Ethics Quarterly, Vol.7, 5-15. p.
 70. SHAPIRO, C. (1983): "Premiums for High Quality Products as a Return to Reputations", *The Quarterly Journal of Economics*, Vol. 97, 659-679. p.
 71. SHIBA, S.(1987): Az Átfogó Minőségvezetési Rendszer, előadás kézirat, Budapest
 72. SIK J-TÓTH Zsiga I. (Szerk.) (1997): A magyar élelmiszeripar története, Mezőgazda Kiadó 532 p.
 73. SINI, P. (2000): Typical Local Products and Their Zone of Origin: The Importance of Their Re-evaluation Emphasizing the Links Which Connect Them. DOLPHINS Research Paper. <http://www.origin-food.org>
 74. SINI, P. (2000): Typical Local Products and Their Zone of Origin: The Importance of Their Re-evaluation Emphasizing the Links which Connect Them. *DOLPHINS Research Paper*, <http://www.origin-food.org/dol>
 75. SOMOGYI S. – NOVKOVIC, N. – KAJÁRI K. (2002): A tudomány módszertana, Keszthely, Veszprémi Egyetem 308 p.
 76. SYLVANDER (ed.) (2000): *The socio-economics of origin Labelled Products in Agri-Food Supply Chains : Spatial, Institutional and Coordination Aspects*. A 67-ik European Association of Agricultural Economics szeminárium előadás-anyagai, Le Mans, 1999 október 28-30, *Actes et Communications*, No. 17-1, Párizs : INRA (Institut National de la Recherche Agronomique) Kiadványok, 2000, 141-156 o.
 77. SYLVANDER B.- MARTY F. (1999): Logoques sectorielles et territoriales dans les AOC fromagères, in numero special de Revue d'Economie Regionale et Urbaine No3.
 78. SVÁB,J.:(1979): többváltozós módszerek a biometriában, Mezőgazdasági Kiadó, 1979

79. SZABÓ E. – LAKNER Z. – MONSPART-SÉNYI J. (1998): Importance of Country and Region Image in Market Competition, Lippay János&Vas Károly International Scientific Symposium, Section of Economics, University of Horticulture and Food Industry, Budapest, Abstract, 106-107. p.
80. SZABÓ E. – LAKNER Z. – MONSPART-SÉNYI J. (1998): Importance of Country and Region Image in Market Competition, Lippay János&Vas Károly International Scientific Symposium, Section of Economics, University of Horticulture and Food Industry, Budapest, 1998) Abstract, 106-107. p.
81. SZABÓ, Á: (2002): Az iparjogvédelmi formák és a HÍR gyűjtemény, Szakmai konferencia kiadványa, EOQ MNB Proceedings 32-39. p.
82. TOMCSÁNYI P. (1988): Az élelmiszer-gazdasági marketing alapjai, Budapest: Mezőgazdasági Kiadó 459 p
83. TOMCSÁNYI P. (1998): A termékhasznosságra építhető marketing koncepciója, AGRO-21 füzetek, 1998/22, p.6-11.
84. TOOTH, G.:(1998):A piaci hírnév hordozói, AGRO-21 füzetek, 1998/22, p.11-17.
85. TRACY, M. (1993): Food and Agriculture in a Market Economy APS Agricultural Policy Studies, Belgium
86. TREGGAR et al. (1997): in.: The Link between OLPs and Consumers/Citizens. Synthesis Report. Work Package 4, *DOLPHINS Research Project* (Development of Origin Labelled Products: Humanity, Innovation and Sustainability), 2001.
87. TREGGAR et.al.(1999): Link between Origin Labelled Products and Consumers and Citizens, Final Report, DOLPHINS, <http://www.origin-food.org/dol>
88. VAJDA, L.:(2003): Az agrárágazat felkészülése az EU tagságra, Szakmai konferencia kiadvány, EOQ MNB Bp. Proceedings pp. 4-8.
89. VEBLEN, TH (1899): The Theory of the leisure Class. Cit. in Samuelson (1976)

Kiadványok, dokumentumok:

AGENDA 2000: The future for European Agriculture – Explanatory Memorandum, European Commission Brussels,1998:

AMC-FVM (2001): Hagyományok-Ízek-Régiók Magyarország hagyományos és tájjellegű mezőgazdasági és élelmiszer-ipari termékeinek gyűjteménye) Vol.1-2. Budapest : Keszler Marketing Kft.,

ARS VIVENDI (1998): Deutschlands kulinarisches Erbe, Ars Vivendi Verlag 199 p.

CNAC (1998): Conseil National des Arts Culinaires: L'Inventaire du Patrimoine Culinaire de la France Pays-de-la-Loire Produits du Traditionnelles, Paris 310 p.

COM (1999) Fehér Könyv az élelmiszerbiztonságról, European Communities Commission No 719

COM (2001): Regular Report on Hungary's Progress Towards Accession

COM (2003) 23 final: A Long-Term Policy Perspective for Sustainable Agriculture, Commission of the European Communities, Brussels

DG VI. Doc (1995): INRA EUROBAROMETRE 44 1 Les Labels de Qualite

DG VI. Doc (1996): Les produits Agroalimentaires de Qualité Specifique

DG VI. Doc (1997): Speech by Mr. F. Fischler on the promotion of Geographical Indications and Designation of Origin

EOQ (2001): Towards a European Vision of Quality EOQ Brussels

EOQ MNB (2001): Az ISO 9000:2000 szabvány tartalmi ismertetése és összehasonlító elemzése, Konferencia kiadvány, 1-40 p.

EOQ MNB (2003): A minőségügy nemzetközi értelmező szótára

COM (1996): Working Document of the Services of the Commission concerning a European Quality Promotion Policy for Improving European Competitiveness [SEC (96) 2000] 30 (10),. European Commission DG III-Industry :

FAO (1989): in: Guidelines for the integration of sustainable agriculture and rural development into agricultural policies, FAO, Rome, 1997 www.fao.org/docrep/W7541E

FAO (2002): Final Report on Pan-European Conference on Food Safety and Quality, Budapest

FVM (1996): Magyarország EU csatlakozási kérdőívre adott válasza 9. IPAR 5. Élelmiszeripar

FVM (1997): A magyar élelmiszergazdaság minőségpolitikája

FVM (1997): A magyar élelmiszer-iparpolitikája

FVM (1997): Beszámoló az EU tanulmányútról, Európai Integrációs Főosztály, 1997. március

FVM (1999): Nemzeti Agrár-környezetvédelmi Program

FVM (2001): A Nemzet Agrár-környezetvédelmi Program bevezetése

KSH. (2001): Statisztikai évkönyv.

MAFF (1997): List of UK applications for registration under 2081/92 and 2082/92

MAFF (1997): Protecting Food Names – Guidance on EU Regulation

OECD (2000): DESIGNATIONS OF ORIGIN AND GEOGRAPHICAL INDICATIONS IN OECD MEMBER COUNTRIES: ECONOMIC AND LEGAL IMPLICATIONS, .COM/AGR/APM/TD/WP (15)1-70. p.

TOR (1999): Terms of References, Measures Supporting the Protection of Origin of Products and typical Food Products, HU9603-01-02-L017 European Commission PROMEI PHARE Programme, Hungary

WCED (1987): A Környezet és Fejlődés Világ Bizottság Jelentése (Bruntland Report www.fao.org/docrep/W7541E)

WHO (1999) Food Safety, An Essential Public Health Issue for the New Millenium, WHO

Hivatkozott jogszabályok:

1/1998. (I.12.) számú FM rendelet a kiváló minőségű és a hagyományos különleges tulajdonságú élelmiszerek megfelelőségének tanúsításáról Magyar Közlöny, 1998 (1), 11-14p.

1995. évi XC. törvény az élelmiszerekről Magyar Közlöny 1995 (95), 5563-5599. p.

1997. évi XI. törvény a védjegyek és földrajzi árujelzők oltalmáról. Magyar Közlöny, 1997 (27), 1746-1768. p.

290/2002. (XII. 27.) számú Korm. rendelet az agrár-és vidékfejlesztési támogatásának igénybevételeinek általános feltételeiről

3/2003. (I. 24.) FVM rendelet az agrárgazdasági és vidékfejlesztési célok 2003. évi költségvetési támogatásáról

53/2001 FVM rendelet a „Magyarország SAPARD Terve” kihirdetéséről

72/2002. (VIII.15.) FVM rendelet a SAPARD Tervben meghatározott agrár- és vidékfejlesztési célok támogatásáról

87/1998.(V.6.) Korm. rendelet a mezőgazdasági termékek és az élelmiszerek földrajzi árujelzőinek oltalmára vonatkozó részletes szabályokról Magyar Közlöny, 1998 (37), 2966-2967. p.

Council Regulation (EC) No 1257/1999 of 17 May 1999 on support for rural development from the EAGGF (A Tanács 1999. május 17-i 1257/1999/EK rendelete az Európai Mezőgazdasági és Garanciaalapról (EMOGA) nyújtandó vidékfejlesztési támogatásokról) <http://europa.eu.int/eur-lex/en/index.html>

Council Regulation (EEC) No 2081/92 on the protection of geographical indications and designation of origin for agricultural products and foodstuffs. Official Journal of the European Communities No L 208 24.07.92. 1-8. p

Council Regulation (EEC) No 2082/92 on certificates of specific character for agricultural products and foodstuffs. Official Journal of the European Communities No L 208 24.07.92. 9-16. p.

Council Regulation (EEC) No 2092/91 on organic production of agricultural products and indications referring thereto on agricultural products and foodstuffs. Official Journal of the European Communities No L 198 22.02.91. 1-15. p.

EN 45011:1990: General criteria for certification bodies operating product certification

GATT Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights. Official Journal of the European Communities No L 336 23.12.94. 214-220. p.

ISO 9000:2000.: Minőségirányítási rendszere. Alapok és szótár

Látogatott honlapok:

EU Home page (2003) www.europa.eu.int

Eur-Lex adatbázis: <http://europa.eu.int/eur-lex/en/index.html>

The 6th Framework Programme <http://europe.eu.int/comm/research/fp6>

DOLPHINS Research Projekt <http://www.origin-food.org/dol>

WHO Home Page (2003) www.who.int/en

FAO Home Page (2003) www.fao.org

FAO/WHO. (2002) Global Forum of Food Safety Regulators, Marrakech, Morocco: Marokkói konferencia. www.foodsafetyforum.org

www.saiplatform.org

www.ifama.org/conferences/2002conferences

<http://www.cia.gov>.

www.johannesburgsummit.org

www.foodchains.nl

www.unesco.hu/tars.html

Ábrajegyzék

1. ábra: Az élelmiszerek minőségi összetevői	9
2. ábra: Az élelmiszer-biztonság és -minőség viszonya	9
3. ábra: A minőség hasznosság dimenziói és tényezői	11
4. ábra: A minőség európai jövőképe Venn-diagramja	27
5. ábra: A gyűjtőmunka során alkalmazott módszerek	33
6. ábra: Védett földrajzi árujelzővel rendelkező termékek száma	47
7. ábra: A földrajzi árujelzők bejegyeztetésének folyamata	51
8. ábra: A hagyományos különleges tulajdonság tanúsításának folyamata Magyarországon	52
9. ábra: Az Európai Gyűjtemény termékszáma tagállamonként	59
10. ábra: A brit gyűjteményben szereplő termékek ágazatok szerinti megoszlása	60
11. ábra: A HÍR program szervezeti felépítése	66
12. ábra: A Tudományos Bizottság szervezeti felépítése	68
13. ábra: Magyarország tervezési-statisztikai régiói	74
14. ábra: Európa biogeográfiai régiói	75
15. ábra: A HÍR-gyűjteményben szereplő termékek ágazatonkénti megoszlása	78
16. ábra: A gyűjteményben szereplő gyümölcsök és zöldségek megoszlása régióként	79
17. ábra: A HÍR-gyűjtemény termékeinek régiókénti megoszlása	82
18. ábra: A dél-alföldi régió termékeinek ágazati megoszlása	86
19. ábra: A sajtófogyasztási gyakoriság nemek szerint	89
20. ábra: Gomolya vásárlási gyakoriság nemek szerint	90
21. ábra: A havi sajtvásárlás mennyisége sajttypusonként	90
22. ábra: A havi sajtvásárlás összege Ft-ban	91
23. ábra: A különböző sajttypusok kedveltsége	92
24. ábra: A gomolya hagyományosan magyar élelmiszerként való ismerete	93
25. ábra: A HÍR program ismertsége	94
26. ábra: A HÍR gyűjtemény ismertsége a válaszadók végzettsége szerint	95

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Az örökség és a hagyományt meghatározó változók	16
2. táblázat: Az eredetet befolyásoló változók	16
3. táblázat: Iparjogvédelmi oltalmi formák	18
4. táblázat: A védjegy oltalom fő szabályai	20
5. táblázat: A földrajzi árujelző főbb szabályai	21
6. táblázat: Javaslat az ideiglenes listán szereplő termékekre (minta)	34
7. táblázat: Termékleírás a bővített kritériumrendszer alapján	35
8. táblázat: A zöldség-gyümölcs termékek arányának összehasonlítása egyes európai országok gyűjteményeivel	79
9. táblázat: Jellegzetes termesztett és feldolgozott zöldség-gyümölcs régióként	80
10. táblázat: Jellegzetes termékcsoportok/termékek régióként	82
11. táblázat: A megkérdezettek által becsült sajtóárak	92
12. táblázat: A hagyományosan magyar élelmiszer ismérvei	93
13. táblázat: Hagyományosan magyar élelmiszerek említése	95
14. táblázat: Rotált faktormátrix	96
15. táblázat: Sajátérték a rotált faktormátrix alapján	97
17. táblázat: A kiválasztott termékek erősségei és gyengeségei az interjúk alapján	100
18. táblázat: Értékelés a szakértők által	103
19. táblázat: A hajdúsági torma termékelemzésének eredményei	104
20. táblázat: A hajdúsági torma külső környezetének elemzési eredménye	105
21. táblázat: A hajdúsági tormatermesztés belső szervezetségének elemzési eredményei	105
22. táblázat: A vecsési káposzta termékelemzésének eredményei	106
23. táblázat: A vecsési káposzta külső környezeti elemzésének eredményei	107
24. táblázat: A vecsési káposzta termékpálya belső szervezeti elemzésének eredményei	108