

MAGYAR JUHÁSZAT

ÉS KECSKETENYÉSZTÉS

Szerkeszti
a szerkesztőbizottság

25. évfolyam
2016/2



KUKOVICS SÁNDOR – JÁVOR BENCE

A félelem érve

..... **II-VIII**

A SZERKESZTŐBIZOTTSÁG TAGJAI: **Bátor Árpád**, A JUH TERMÉKTANÁCS ELNÖKE, **Dr. Jávor András**, EGYETEMI TANÁR, ELNÖKSÉGI TAG,
Dr. Kukovics Sándor, ÜGYVEZETŐ IGAZGATÓ, JUH TERMÉKTANÁCS
Dr. Békési Gyula, **Dr. Mucsi Imre**, EGYETEMI TANÁR, • Szerkesztette: **Avar László**

A félelem érve

Ahonnán kiindulunk

Az EU juh- és kecsketartóinak a termelés és a fogyasztás csökkenése mellett a harmadik országok – elsősorban Új-Zéland – termékeivel kell versenyre kelniük az EU saját belső piacán. Ez az elmúlt évtizedekben kialakult folyamat jelentős félelemérzetet erősített meg az EU termelőiben ezen beszállító országok termékeivel szemben.

Amíg az EU azzal volt elfoglalva, hogy saját termelőit elektronikus egyedi jelölővel és állatjóléti szabályokkal megregulázza, és öngyilkos hajlammal átvette az állat egyed támogatása nélküli formában a farm alapú támogatást – jöllehet, ennek rendkívül káros hatásáról már egy évtizeddel ezelőtt beszámoltunk és hatását előrevetítettük –, addig a versenytársnál más szelek fűjtak.

Intenzív genetikai, tenyésztési és tartástechnológiai fejlesztés mellett az alapanyag-exportról előbb a nyakalt törzs, majd fél nyakalt törzs fagyasztott exportja mellett, és egyre inkább helyett, a darabolt, helyenként kicsontozott, fagyasztás helyett védőgázos, hűtött csomagolással ellátott prémium termékeket szállítottak a piacokra. Így az EU-ba is.

Itt pedig növekvő csodálkozással vették tudomásul, hogy a már beigazolódott 2004-ben, majd 2008-ban előrejelzett létszám- és üzemszámcsökkenést, ennek következtében előállt termelés-visszaesést, a termék mindennapi fogyasztásból való eltűnését, illetve erőteljes visszaszorulását. Boldog örömmel látták az új-zélandiak nagyon is intenzív és hatékony promóciós kampányait és elvétve került sor a regionális termékeink kampányaira.

A spanyolok saját területen végzett juhhús- és marhahús-promóciós kampánya sikeresnek bizonyult ugyan meghatározó körzetekben, de országos szinten csökkent az egy főre jutó fogyasztás. A kereskedelem-politika olyan hatással volt az utóbbi években és van jelenleg is a bányahús elérhetőségére, hogy azt csak a vidéki hentesüzletekben lehet megvásárolni, nagyobb áruházláncokban inkább csak a hét végén (pénteken, esetleg szombaton, vasárnap zárva vannak) lehet ilyen húshoz jutni.

Az ír, brit és francia, kooperációban folytatott franciaországi báránypromóció sikerét az eredmények visszaigazolták a promóciós területeken, de a francia piacon ezzel együtt csökkent a fogyasztás, és emellett erőteljesen visszaesett a piacon (üzletekben) elérhető bárányhús/juhhús mennyisége.

Az ír és a brit belső piacon folytatott, a bárányhús fogyasztásának növelését célzó promóció érzékelhető javulást eredményezett a városi fogyasztók körében is, de még messze van az elvárható és lehetséges szintől. Görögországban ugyan nincs, illetve nem volt ilyen típusú promóciós kampány

az utóbbi években, de a belső termelésből származó húsrú védelmével némiképpen segítik a hazai termelőket. Igaz, ez a folyamat az utóbbi évek pénzügyi válsága miatt bizonyos mértékben visszaszorult.

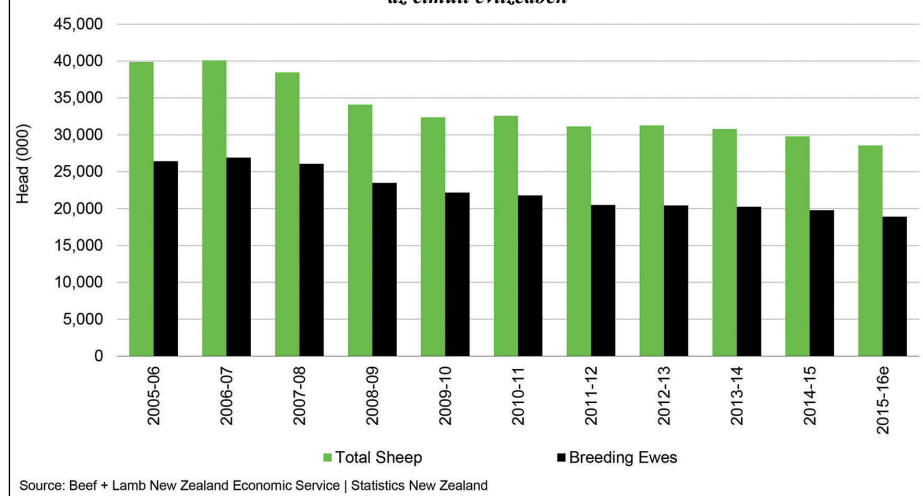
Az egyes EU-tagállamok teljes és egy főre jutó fogyasztási adatait a Magyar Juhászati és Kecsketenyésztési című lap 2015. novemberi számában bemutattuk és értékeltük. Ezek ismétlésétől itt most eltekintünk.

Az elhagyott területek nem tartanak el állatokat és embereket, nem adnak húst, gyapjút és tejet, nem gondozták, sőt tűzveszélyes állapotba jutottak.

években inkább a hagyományok megőrzésére figyelő EU-tagállamok számára. A változások a vámtarifa-egyezmények felülvizsgálatát, újraszabályozását teszik szükségessé a belső termelők érdekeinek segítése céljából. E témában előzetes egyeztetések el is indultak az EU és a beszállító harmadik országok képviselői között.

Az új-zélandi versenytárs hatása szinte minden juhtartó és fogyasztó tagállamra kiterjed. A hatékony fejlesztései és az európai fogyasztási szezonokhoz való alkalmazkodása, valamint az eredeti fagyasztott vágott testről a friss, hűtött, darabolt/szele-

1. ábra: Új-Zéland összes juh (zöld) és anyajuh (fekete) állományának változásai az elmúlt évtizedben



Amíg a promóciós támogatás növelésére (és a direkt egyedalapú támogatás visszavezetésére) éppen nyolc évet kellett várni, addig a NZ kormány lehetővé teszi közvetlen támogatás nélkül a termékeik olcsó előállítását, ide szállítását és a saját termékeink visszaszorulását a saját belső piacainkon.

Drágábban termelünk NZ/AUS-hoz képest, mert mások a feltételeink, mások a hagyományaink, és a fogyasztási szokásaink is, amelyek a városba érve elhalnak, megváltoznak. A csak pár évvel ezelőtt még vidékinek számító lakosság elfelejtette mit evett otthon. A korlátozott pénzügyi keretei és a jól csengő, vörös hús elleni félrevezető kampány eredménye miatt a gyárszerűen előállított olcsó tömegterméket eszik, aminek háttérben jelentős mennyiségű gyógyszer (főleg antibiotikum) és az emberi egészséget tekintve nem kívánt adalékanyag áll. Növekszik a betegek és betegségek száma, és mindezt a vörös hússal hozzák kapcsolatba, jöllehet abból fogyasztunk legkevésbé, Európában és hazánkban is.

A minőségében egyre jobb, csomagolásában egyre vonzóbb, friss és hűtött darabolt – szeletelt, és a kis kiszerezések következtében jobban „fogyasztóbarát” termékek egyre nagyobb kihívást jelentenek az utóbbi

telt csomagolásra való áttérése az exportban több mint kihívást, nem kívánt versenyt idéz elő az EU termelőivel. Ez annál is inkább lényeges, mert az új-zélandi árak még az EU-ba szállítva is elmaradnak az itteni átlagáraktól. Ez pedig valamilyen átértékelést, szerződés módosítást tesz szükségessé az EU és Új-Zéland között.

Az új-zélandi juhhústermelés és -export fő tendenciái

Tekintettel arra, hogy Új-Zéland az elmúlt évek juhhús importjának döntő hányadát (82–87%-át) adta, hatása a legnagyobb az EU belső piacának folyamataira. Az 1. ábrán bemutatottak szerint 2006/07 óta folyamatosan csökken a termelés juhállomány nagysága. Jöllehet, a 2010/11-es szezonban érzékelhető visszaemelkedésre került sor, de azóta folyamatos a létszám zsugorodás, s ennek következtében az előállított piacra vihető vágó(vágott)-állat száma is csökkenő tendenciát követ.

Az elmúlt két évtizedben jelentős tenyésztési, genetikai, sőt genomikai programokat is végrehajtottak az ország juhállományában, amit technológiai, technikai és takarmányozási fejlesztés kísért.

A teljes anyajuhlétszám 4,6%-kal csökkent 2015. június 30.-i adatok szerint (18,89 millió egyed), s az első ellésű juhok aránya 2,6%-kal eszött vissza az előző szezonhoz képest. Ennek oka döntően a száraz és takarmányhiányos nyár és ősz volt. Az anyajuhoktól hasznosított bárányok száma 22,83 millió egyed, amely létszámot 1,068 millió egyeddel egészített ki az első ellésű növendékektől nyert bárányszám.

A létszámváltozásnak megfelelően alakult az utóbbi évek bárányhús és juhhús exportja (1. táblázat). A várakozások szerint jelentős visszaesésre lehet számítani a vágott állatok számában, és az exportra vitt hús mennyiségében a 2015/16-os szezonban. E visszaesési arány a bárányok esetében meghaladja a 7%-ot, míg a felnőtt állatoknál a 15%-ot is. A vágott testsúly némileg emelkedik ebben a szezonban, de összességében mintegy húszezer tonna bárányhús és több mint 14 ezer tonna juhhús fog hiányozni a piacokról ebben a szezonban.

Ez a visszaesés még jól is jöhet számukra a kínai piac 2015-ös megtorpanása miatt, ami kis eséllyel épül vissza 2016-ban.

Az új-zélandi termelők alapvetően az előállított juhok vágóhídi minősítésének eredménye alapján kapják meg állataik ellenértékét (árát), jóllehet annak egy kg-ra, illetőleg egy egyedre vetített nagysága erőteljesen függ a piaci körülményektől (2. táblázat). Az előrejelzések és várakozások szerint a 2014/15-ös szezonhoz képest jobb helyzetbe kerülnek a termelők. A bárányért 4–5, míg a felnőtt juhért 17–18%-kal magasabb árat kaphatnak ebben a szezonban. Az elemzések eredménye szerint az 2015/16-os szezonban az egy bárányra jutó bevétel 16%-al csökkenti az általános árcsökkenés,

de 21%-al növeli a valutaátváltási arány javulása az új-zélandiak javára.

Hasonlóan intenzív áremelkedésre számítanak ebben a szezonban a különböző minőségű gyapjúk esetében is. Az előrejelzések szerint a 2015-ös év közepi megtorpanást 13–15%-kal fogják kompenzálni a 2015/16-os szezon árai.

Ami az exportban (az EU-importban) változott

Az 1980-as években meghozott, a TRQ importkvótákra vonatkozó megállapodás óta alaposan átalakult az EU-ba érkező juh hús-áru mibenléte, s a változás alapvetően az Új-Zélandból érkező import összetételében érhető tetten. Amíg az időszak kezdetén a fagyasztott, esetleg darabolt vágott test dominált, addig az utóbbi években a friss, vákuumcsomagolt vagy védőgázos csomagolású szeletelt termékek aránya alapvetően megváltozott. Ez a változás még nagyobb az új-zélandi juhhús fő célpontja, Nagy-Britannia esetében (3. táblázat).

Az 1:99-es friss és fagyasztott hús arány alaposan megváltozott, az előbbi éppen 37–44-szeresére emelkedett az importon belül.

3. táblázat: Az EU-ba és az Egyesült Királyságba érkezett új-zélandi juhhús import kvóta összetételének változása 1990–2014 között

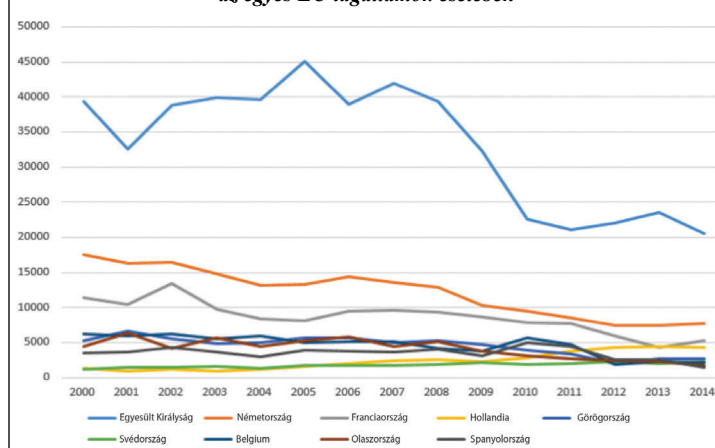
Juhhús kategóriák	EU Import		Egyesült Királyság import	
	1990	2014	1990	2014
Friss juhhús	1	37	1	44
Fagyasztott juhhús	99	63	99	56
Darabolt juhhús	53	99	47	98
Juh vágott test	47	1	53	2

(Forrás: NFU)

A vágott test és a darabolt áru 47:53%-os aránya ugyancsak alaposan felborult az utóbbi három évtizedben. Az előbbi 1–2%-ra zuhant vissza, míg az utóbbi 98–99%-ra emelkedett. Ezzel együtt, a vágási, darabolási és csomagolási technológia hatalmas fejlődésével egyre inkább előtérbe kerültek a kisebb kiszerelésben érkező termékek.

Mindezen felül – amint azt a Magyar

2. ábra: Darabolt fagyasztott csontos hús (TRQ 020442) import alakulása az egyes EU tagállamok esetében



1. táblázat: A bárányhús- és juhhúsexport mennyiségének változása az elmúlt években							
	Bárányhús export				Juhhús export		
	Előállított bárány millió egyed	Vágott bárány millió egyed	Vágott test súly kg/egyed	Csontos hús termelés 1000 tonna	Vágott egyed-szám millió egyed	Vágott test súly kg/egyed	Csontos hús termelés 1000 tonna
2011/12	26,0	18,9	18,7	353,2	3,4	25,7	87,3
2012/13	26,0	20,9	18,0	376,2	4,1	25,1	103,9
2013/14	25,0	20,3	18,3	371,5	4,2	25,3	107,0
2014/15 „b”	25,6	21,0	18,0	378,5	4,1	25,1	101,8
2015/16 „e”	23,8	19,4	18,2	354,6	3,4	25,4	87,1
2015/16 „e” változás %-ban	-7,2	-7,4	+1,2	-6,3	-15,4	+1,2	-14,4

„b”előzetes érték, „e” előre jelzés
Forrás: Beef + Lamb New Zealand Economic Service, Statistics New Zealand, New Zealand Meat Board

2. táblázat: Új-zélandi bárány-, juhhús és zsíros gyapjú árelőrejelzés a 2015/16-os szezonra (NZS értékben), 2015 szeptember (farmárak)									
Év/szezon	Bárányhús – minden minőség átlaga*			Juhhús – minden minőség átlaga*			Zsíros gyapjú ár cent/kg**		
	vágott test súly, kg	átlag ár cent/kg	bárány ár \$/kg	vágott test súly, kg	átlag ár cent/kg	juh ár \$/kg	finom	médium	durva
2013/14-es szezon	18,3	548	100	25,3	302	76	1 000	549	384
2014/15-ös szezon „b”	18,0	526	95	25,1	265	66	916	601	406
2015/16-os szezon „e”	18,2	547	100	25,4	309	78	1 052	679	459
2015/16 változás %-a	+1,0	+4,0	+5,0	+1,0	+17,0	+18,0	+15,0%	+13,0	+13,0

*szeptemberi évrzárrással, **júniusi évrzárrással, „b”előzetes érték, „e” előrejelzés
Forrás: Beef + Lamb New Zealand Economic Service, New Zealand Wool Services International Ltd

Juhászat és Kecsketenyésztés 2015. novemberi számában bemutattuk – további „piacfelborulásra” is sor került. Egészen 2014-ig hatalmas ütemben nőtt Kína juhhús iránti igénye, amelyen belül meghatározó volt az olcsóbb darabok (első testfélből készült darabolt, szeletelt termékek) aránya. Ez 2014-ben azt eredményezte, hogy alapvetően a drága comb-gerinc került be az EU-ba, s az összes ide irányuló termék mennyisége jelentősen csökkent.

A 2015-ben, a kínai piac megtorpanása miatt az eredetileg oda tervezett termékeket átirányították az EU-ba, és ezzel megnőtt az ide érkező juhhús mennyisége, ami kisebb belső piaci gondokat is okozott – ismét lejjebb nyomta az árakat. Emellett a legtöbb termék az EU-előállítású juhhús kényes piaci időszakában érkezett (húsvét), amikor az itteni gazdálkodók a bevételeik nagyobbik hányadát remélik megkapni vágóállataik ellenértékéért.

Ez a piaci áruátrendeződés jól nyomon követhető az egyes termékek EU-tagállamokba érkezésének változásain is. A 2. ábrán bemutatottak szerint minden meghatározó importáló tagállam esetében fokozatosan csökkent a fagyasztott, darabolt

csontos hús mennyisége, de drasztikus zuhanáson ment keresztül az Egyesült Királyság (EK) esetében.

A fagyasztott csont nélküli juhhús importja ugyancsak fokozatosan csökkent az elmúlt másfél évtizedben (3. ábra). E termék mennyisége is az EK esetében esett vissza legnagyobb mértékben, mégis, a francia import megfeleződése talán még meglepőbb.

A friss vagy hűtött csontos juhhús új-zélandi importja (4. ábra) az EK esetében hatalmas mértékben megugrott, ugyanakkor a többi tagállamot tekintve ilyen mértékű kilengést nem tapasztaltunk. Franciaország importjának 2010 és 2011 közötti csaknem megfeleződésére nem találtunk elfogadható magyarázatot, és az utóbbi évek stagnálására sem – mert a francia piacon alapvetően folyamatosan hiány van a második félévben.

A friss vagy hűtött, csont nélküli juhhús új-zélandi importja esetében (5. ábra) az EK esetében az előzőhöz hasonló emelkedést figyelhetünk meg, míg a többi tagállam részeseződésének nagysága és sorrendje meglehetősen változatosan alakult. Németország és az utóbbi években Hollandia

importja túlszárnyalta a francia import mennyiségét.

Ami a siker mögött van

Az új-zélandi juhszektor és juhhús export mögött több évtizedes fejlesztés is megfigyelhető. Ez túlmutat a tenyésztési programokon, a farmerek napi-heti szaktanácsadói segítségével, a gyepre alapozott takarmányozási rendszer korszerűsítésén, a mindennapi piacfigyelésen. A megtermelt árut el is kell tudni adni, s erre kiváló rendszert építettek fel.

Nagy mennyiségű és egységes juhhús termék jut el a megcélzott piacokra, kiváló csomagolástechnológiai lehetőségeket alkalmazva. De önmagában még ez sem elegendő!

Minden egyes piacra külön-külön marketing- és promóciós programot dolgoztak ki és alkalmaznak. Ebből a szempontból legfontosabb piacaikon, az Egyesült Királyság és Németország az EU-n belül, valamint Kínában, Japánban, Koreában és az USA-ban is előre tervezett programot hajtanak végre, s minden piacukon profeszionális „nagyköveteket” alkalmaznak az

új-zélandi bárány (és persze mellette a juhhús és marhahús) népszerűsítése céljából.

Ezeket a promóciós programokat közös tevékenység keretében építették fel (és működtetik). A legtöbbjének költségeit 50–50%-ban az új-zélandi szervezetek (legtöbbször a Beef & Lamb New-Zealand, valamint csatlakozó exportőrök) és az importőr cégek fedezik.

Az új-zélandi költségek fedezéséhez a termelők és a forgalmazó cégek 50–50%-ban járulnak hozzá. Ez a termelők esetében az értékesített termék értékének 1–3%-át teszi ki. Ez az arány (és összeg) magasnak is tűnhet, de ezért a termelő naprakész információkat kap nyomtatott és elektronikus formában (piaci folyamatokról, árakról, termékekről, termékmennyiségekről, stb.) és ami értékesítési biztonságot teremt számára. Folyamatos szaktanácsadásban is részesül a teljes termelési vertikumát tekintve (hogyan, mit, mivel, mikorra, milyen minőségben és mennyiségben, állítson elő, stb.). Ilyen kiadvány például „A süritett elletés és bárányelőállítás rendszere”, vagy a „400 Plusz Útmutató farmerek és szaktanácsadók számára a továbbfejlesztett bárányneveléshez”. Emellett a legelőgazdálkodástól a technikai és technológiai elemeken keresztül a farmer foglalkozás minden részterületét érintik ezek a kiadványok.

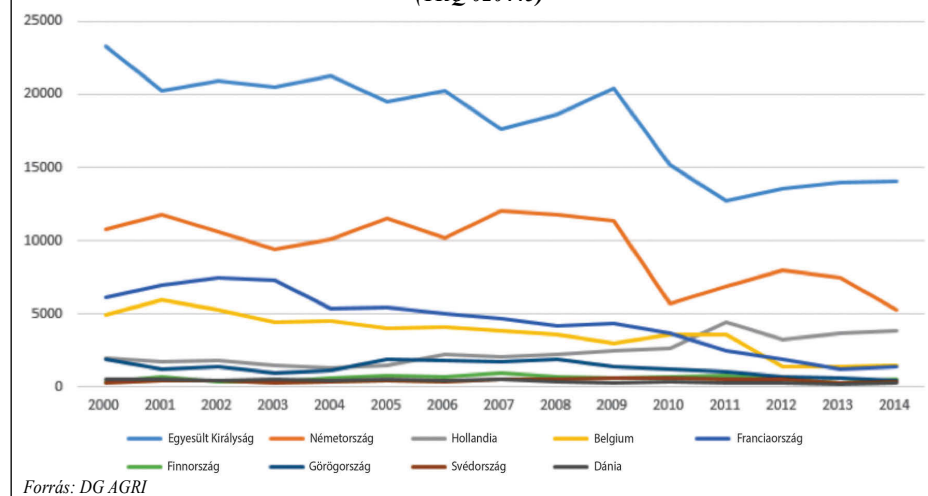
A promóciós programok kiadványai kiterjednek az új-zélandi bárányelőállítás adott ország nyelvén való (nyomtatott és/vagy elektronikus) bemutatására, a vágás során előállított húsféleségek (darabolt és szeletelt termékek) ismertetésére, az étellé változtatás receptjeire és a nagy áruházláncok üzleteiben való kóstoltatási programokra, valamint az utóbbiakkal párhuzamosan a folyamatos nyomtatott és elektronikus (rádió, TV, internet, stb.) sajtóreklámra.

Az ilyen programok szervezetsége és hatékonysága akár sokkoló is lehet. Erre jó példa Finnország. Az EU-csatlakozását követő hónapokban piacukon megjelent két exportszállítmány bedöntötte az egész finn juhárgazatot. Alig tudták magukat a folyamatos egyeztetésekre építve rendbe hozni, amihez évek kellettek számukra.

Az EU-tagállamok közül Németország és az Egyesült Királyság piacának meghódítására és megtartására működtetnek ilyen promóciós programokat.

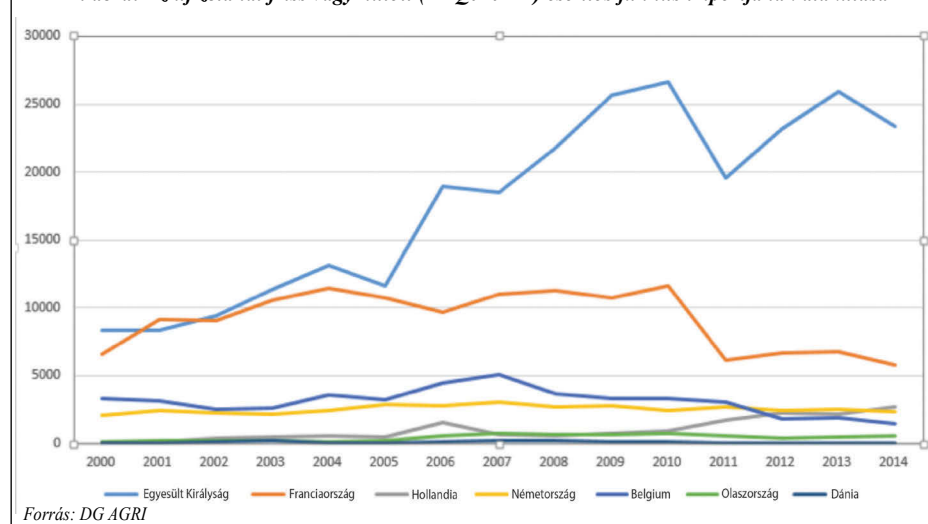
A németországi tapasztalatok szerint egy-egy ilyen kóstoltatási program idején 100–300%-kal nő a termékek vásárlása anélkül, hogy a promóció az ár akciójására is kiterjedne. Elegendő a termék készítésének látványos bemutatása és az elkészült étel kóstoltatása a kívánt eredmény eléréséhez. Ilyen programok keretében a „bárányhús-nagykövet” (adott országba kihelyezett, kiválóan képzett) egyeztet az új-zélandi exportőrrel, az adott ország importőrével, valamint az adott áruházlánc vezetésével arról, hogy mely helyeken lehet a legeredményesebb bemutatókat és kóstoltatásokat szervezni, illetve lebonyolítani.

3. ábra: A csont nélküli fagyasztott juhhús importjának alakulása az egyes tagállamok esetében (TRQ 020443)



Forrás: DG AGRI

4. ábra: Az új-zélandi friss vagy hűtött (TRQ020442) csontos juhhús importjának alakulása



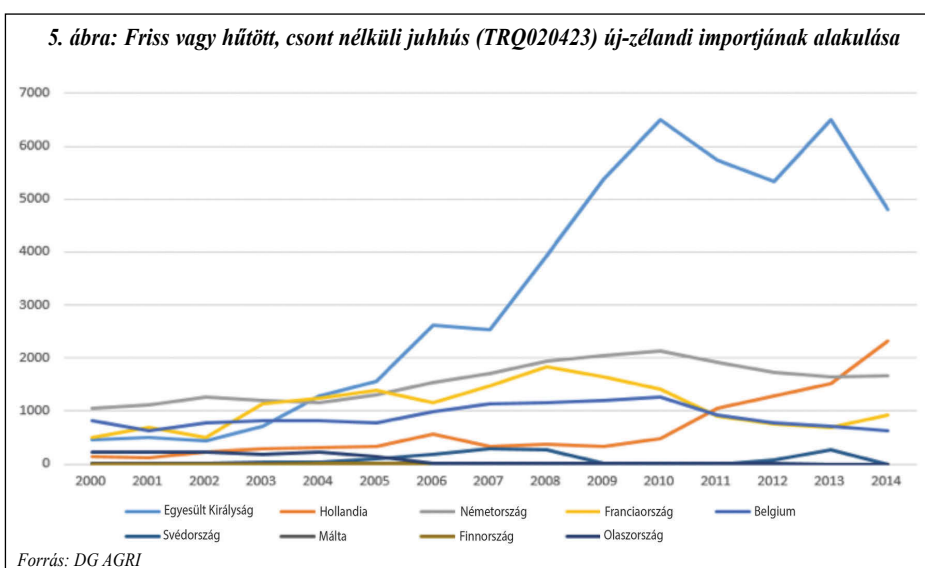
Forrás: DG AGRI

A német példa keretében 2007-ben 103 kóstoltatás keretében 12.175 fogyasztó kóstolta meg a „kiwi” bárányt. Az igények növekedése következtében szélesített program eredményeként 2014-ben 100.000 német fogyasztót sikerült olyan helyzetbe hozniuk, hogy megkóstolja e húsféléseget, és vásároljon is abból a háztartásában való elkészítésre. Minden Németországban eladott új-zélandi bárányhús a márkajelel és rozettát magán hordozó csomagolásban jut el a fogyasztóhoz, hogy legközelebb is vásároljon és fogyasszon belőle.

E tevékenységet segíti olyan (az adott ország nyelvén írt) kiadvány is, amely az adott darabolt vagy szeletelt bárányhús (vagy „kiwi”juhús, vagy marhahús) összetételét, vitamin- és ásványianyag-tartalmát is bemutatja. A 4. táblázatban a csontos comb szelet összetételét mutatjuk be a kollekciónkból (magyarra fordítva).

Mindezen felül a német fogyasztók számára külön német nyelvű honlapot működtetnek, ahol nemcsak megismerkedni lehet a termékkel, az elkészítésének receptjeivel, de meg is lehet rendelni a kiválasztott húsféléseget.

Az Egyesült Királyság 150 éve a „kiwi” bárányok (és juhok) legnagyobb fogyasztója. Ezen a trónon csak az EU-ban maradt,



mert 2014-ben Kína nyerte el ezt a megtisztelő címet.

Az elmúlt évtizedekben hatalmas sikerrel folytatott promóciós kampányok eredményeként az új-zélandi bárány kivívtta az egyik legfontosabb helyet az EK vásárlói kosárban. A programok keretében gondoskodnak arról, hogy a legkedvezőbb helyre kerüljenek e húsfélések az áruházláncok

polcain, még akkor is, ha a bárányhús a legdrágább fehérjeforrásnak számít, az Egyesült Királyságban is.

Az írott és elektronikus sajtótermékek, meg internet stb. mellett itt is önálló honlapot üzemeltetnek az új-zélandi bárányhús kedvelőinek. A legutóbbi felmérésük szerint a brit bárányhús-fogyasztók egy harmada „kiwi” bárányt választ a bevásárlókosarába.

Három fő időszakban promótálják az új-zélandi bárányokat:

- az új szezon bárányait reklámozzák Európában összeli;
- a legfontosabb szezon a húsvéti időszak;
- a tavasz végi – nyár eleji időszak a barbecue-időszak.

A szándékuk szerint erősíteni kell fogyasztók ezen termékekhez való ragaszkodását és növelni kell az eladásokat. Ehhez egyedi húsforgalmazó cégekkel folytatnak kampányokat, hogy közelebb kerüljenek a fogyasztók e termékek megvásárlásához.



A német piacon jelen lévő „kiwi” bárányhúsok (Forrás: Beef & Lamb New-Zealand)

4. táblázat: A csontos comb szelet fő összetevői (kiváló barbecue-ra, pácolás utáni sütésre stb.)

Fő összetevők	szelet	zsírréteg-nélkül	Vitamin tartalom	szelet	zsírréteg-nélkül	Ásványianyag-tartalom	szelet	zsírréteg-nélkül
Víz (g/100g)	66,8	74,3	Vitamin A (µg/100g)	8,75	2,55	Kalcium (mg/100g)	9,7	10,7
Energia (kJ/100g)	854	526	Vitamin B1 (Thiamine) (mg/100g)	0,16	0,17	Réz (mg/100g)	0,1	0,1
Energia (kcal/100g)	204	126	Vitamin B2 (Riboflavin) (mg/100g)	0,15	0,17	Jód (µg/100g)	0,6	0,4
Fehérje (g/100g)	18,6	21,1	Vitamin B3 (Niacin) (mg/100g)	4,64	5,24	Vas (mg/100g)	1,5	1,6
Zsír (g/100g)	14,5	4,6	Vitamin B5 (Pantoténsav) (mg/100g)	21,5	24,2			
(mg/100g)	0,48	0,55	Magnézium (mg/100g)	0,12	0,14	Mangán (µg/100g)	7,1	7,9
SFA (g/100g)	6,0	1,6	Vitamin B6 (Pyridoxine) (mg/100g)	1,46	1,64	Foszfor (mg/100g)	176,9	19+8,1
MUFA (g/100g)	4,1	1,4	Vitamin B12 (Cobalamin) (µg/100g)	0,04	0,03	Kálium (mg/100g)	314,7	350,3
PUFA (g/100g)	0,6	0,3	Vitamin D3 (µg/100g)	0,24	0,17	Szelén (µg/100g)	3,0	3,2
P:S ratio	0,10	0,21	25-OH Vitamin D3 (µg/100g)	0,26	0,14	Nátrium (mg/100g)	59,4	64,3
omega-6 PUFA (mg/100g)	193	127	Vitamin E (mg/100g)			Cink (mg/100g)	2,83	3,2
omega-3 PUFA (mg/100g)	202	117						
omega-6: omega-3 arány	0,96	1,09						
Hosszú szénláncú omega-3 zsírsav (mg/100g)	52	52						
Transzzsírsav (g/100g)	1,0	0,2						
Koleszterin (mg/100g)	67	66						

SFA – telített zsírsav; MUFA – egyszerűen telítetlen zsírsav; PUFA – többszörösen telítetlen zsírsav

Forrás: New Zealand Meat Spec Guide: 0217 (Interact Guide to the nutrient composition of New-Zealand Beef & Lamb)

Egy brit felmérés eredményei szerint is meglehetősen nagy a fogyasztók nem brit eredetű bárány és marhahús iránti érdeklődése. A 6. ábrán látható, hogy az év hónapja befolyásolja, milyen arányban kerestek brit bárányhúst a fogyasztók, és ennek értéke 60–85% között változott. A 7. ábrán egy brit termékválasztási felmérés adatait mutatjuk be, amely szerint a legfontosabb tényező az ár. Ez azért is fontos, mert az új-zélandi bárány sokkal olcsóbb, mint a brit előállítási „hazai” versenytársa.

Az EU juh- (és kecske-) ágazatának fő számai és tendenciái

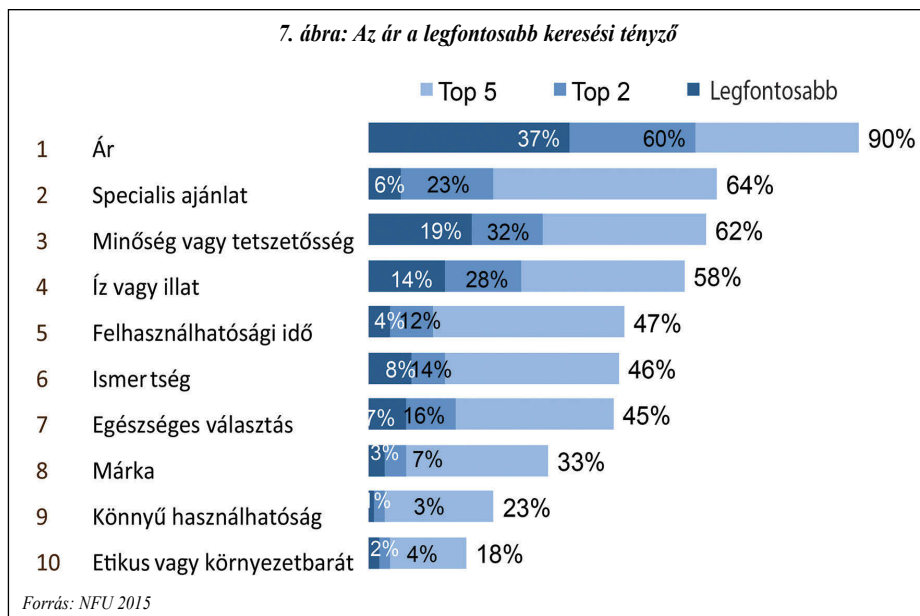
Az EU juh- és kecskehús termelése meglehetősen visszafejlődött az utóbbi évtizedben, és a következő évtizedben is folytatódni látszik ez a tendencia (5. táblázat). A bruttó belső termelés 2005 és 2014 között mintegy 240 000 tonnával csökkent. Ezen belül csaknem 230 000 tonna „veszett el” az EU-15 termeléséből. Az EU-13 elmúlt évekbeni termelése és a várható hozama évente néhány ezer tonnás hullámozást mutat.

Az új tagállamok csatlakozásával az élőállat import nemlétező kategóriává vált, ugyanakkor az élőállat export intenzív emelkedő tendenciát követett 2014-ig, majd kismértékben megtorpant 2015-ben, s nagyobb változásokra egyelőre a következő évtizedben sem lehet számítani.

Az EU nettó termeléséből is eltűnt 250 000 tonna juh- és kecskehús 2005 és 2015 között, jöllehet bizonyos létszámemelkedésre már 2015-ben sor került (Románia, EK). A következő évtizedre néhány ezer tonnás évenkénti hullámozást jósolnak előre.

A fogyasztás azonos időszak alatt mintegy 300 000 tonnával zsugorodott ugyan 2005 és 2014 között, de a következő évtizedben néhány ezer tonna emelkedésre lehet számítani. Az EU-15 és EU-13 fogyasztási adatai között 9:1–10:1 arány figyelhető meg szinte a teljes vizsgált időszak adataiban.

Az egy főre vetített évenkénti fogyasztás 2,5 kg-ról 1,8 kg-ra csökkent 2005 és 2013 között, és várhatóan ezen a szinten marad a



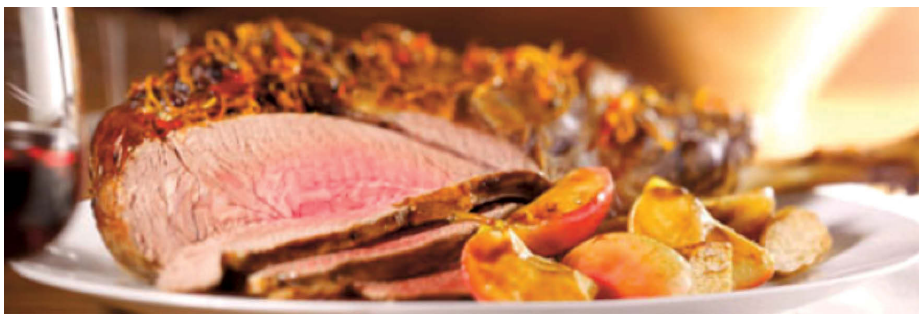
következő évtizedben. Ezen belül az EU-15 fogyasztási adata 3 kg-ról 2,1 kg-ra csökkent, és az előrejelzések szerint 2,1 kg-os szinten stabilizálódhat. Az EU-13 fogyasztási adata is zsugorodott a vizsgált időszak első felében, de remény van rá, hogy 0,7 kg/fő/év szinten állandósulhat az értéke.

A juhhús import mennyisége 2014-ig mintegy 78 000 tonnával esett vissza, amely folyamat a kínai piac felépülésével, valamint az új-zélandi és az ausztráliai termelés csökkenésével párhuzamosan ment végbe. Az előrejelzések szerint 30 000 tonna ebből az elvesztett mennyiségből „visszaszereshető” a következő évtizedben.

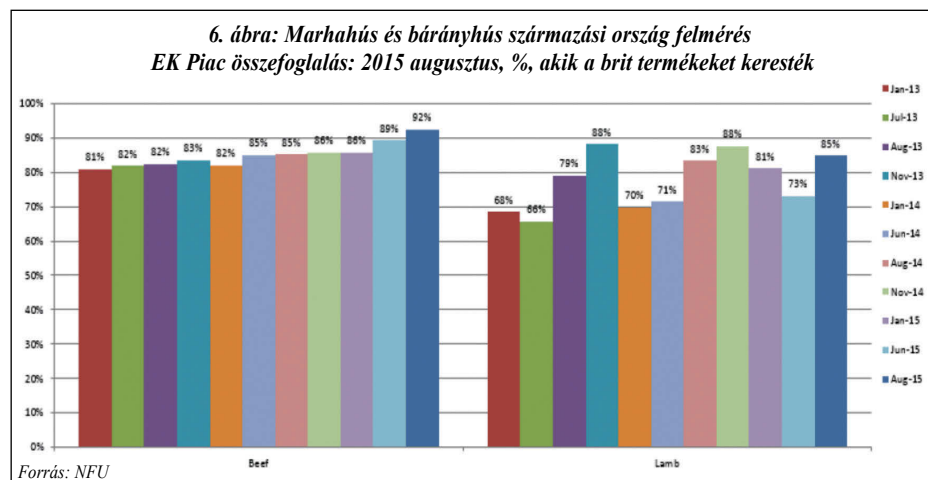
A juhhús export az évi 4 ezer tonnáról 2013-ig kilencszeresére nőtt, majd 2015-ig jelentős visszaesésre került sor, amit csak évek múlva sikerülhet az előző szint közelébe emelni.

A nettó kereskedelmi index 2005 és 2014 között több mint 100 000 tonnával változott (az import visszaesése és az export emelkedése következményeként), s 2016-tól ennek értéke minimális arányban emelkedhet a következő évtizedben.

Az euróban és az USA \$-ban kifejezett piaci érték egyaránt emelkedett 2015-ig, és némi csökkenésre lehet számítani a következő évtizedben.



Az Egyesült Királyságban kedvelt bárányhús, „kiwi” bárányhúsból (Forrás: Beef & Lamb New-Zealand)



Az EU juh- (és kecske-) ágazatának kihívásai

Az ágazat szereplőit számos kedvezőtlen hatás éri és érte az utóbbi időszakban. Ezek közül talán a legnagyobb az alacsony termelési hatékonyság. Ezen a genetikai kutatási eredmények jobb termelésbe való bevonásával és a termelés jobb szervezésével ajánlatos és lehet segíteni.

Jelentős, sőt egyre nagyobb károkat okoz a nagyragadozók számának intenzív növekedése, amely növekvő hangsúlyt kap közép Franciaországban és Finnországban, de Spanyolországban és Romániában is. Az új KAP keretében jobban össze kellene hangol-

5. táblázat: Az EU juhhús- és kecskehúspiacei előrejelzése 2005–2025 közöttre (ezer tonna vágott test egyenértékben)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Bruttó belső termelés	1.153	1.132	1.106	1.029	987	948	963	528	917	917	926	929	920	912	915	917	920	922	925	927	930
amelyből EU-15	1.025	1.012	984	917	863	831	843	811	802	793	810	812	805	800	802	803	804	806	807	809	810
amelyből EU új-13	128	120	122	112	124	117	125	117	115	123	116	117	115	112	113	114	115	117	118	119	120
Élőállat import	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Élőállat export	4	4	3	2	3	10	22	27	34	36	33	33	32	32	32	32	31	31	31	30	30
Nettó termelés	1.149	1.128	1.103	1.027	984	937	947	901	883	880	893	897	888	880	883	886	889	891	894	897	900
Fogyasztás	1.411	1.398	1.369	1.293	1.250	1.165	1.154	1.067	1.047	1.036	1.059	1.066	1.065	1.066	1.074	1.078	1.081	1.085	1.089	1.089	1.089
amelyből EU-15	1.310	1.299	1.255	1.189	1.133	1.075	1.057	979	965	952	973	980	979	980	989	994	987	1.001	1.005	1.006	1.006
amelyből EU új-13	101	105	114	104	116	90	98	89	81	85	86	86	86	85	85	85	84	84	84	83	83
Egy főre jutó fogyasztás (kg/fő/év)	2,5	2,5	2,4	2,3	2,2	2,0	2,0	1,9	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8	1,8
amelyből EU-15	3,0	2,9	2,8	2,6	2,5	2,4	2,3	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
amelyből EU új-13	0,8	0,9	0,9	0,9	1,0	0,8	0,8	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
Hús import	266	274	272	271	272	240	222	190	200	188	190	193	205	214	220	222	222	224	225	224	221
Hús export	4	4	5	5	6	12	15	25	36	32	24	24	28	29	29	29	30	30	31	31	32
Nettó húskereskedelem	-262	-270	-267	-266	-266	-228	-207	-166	-164	-156	-166	-169	-177	-186	-191	-193	-152	-194	-194	-192	-189
Az EU piaci ár ezer euróban	3.979	4.185	3.939	3.919	4.095	4.360	4.978	4.980	4.933	5.206	5.350	5.012	4.801	4.715	4.642	4.669	4.753	4.862	4.964	5.037	5.076
Világpiaci ár ezer euróban	2.211	1.722	1.736	1.624	2.231	2.540	3.534	4.017	2.940	3.401	3.889	3.471	3.292	3.234	3.184	3.201	3.259	3.333	3.404	3.453	3.479
Világpiaci ár ezer USA-dollárban	2.751	2.162	2.379	2.389	3.112	3.368	4.920	5.161	3.905	4.518	4.351	3.933	3.914	4.168	4.238	4.303	4.408	4.524	4.634	4.717	4.768

(Forrás: DG AGRI)

ni a környezetvédelmi szempontokat és a termelés szociológiai és hatékonysági kérdéseit. Különösen így van ez az ún. LFA / LHH (leghátrányosabb helyzetű területek) régiókban. Egyre nagyobb körzetekből kezd hiányozni a juh, annak legelése, taposása és trágyázása, aminek pozitív hatásait (ha a legelők megmaradnak) a társadalom többi része élvezi.

Ezen felül a meglévő szabályozások egyik kedvezőtlen vonzataként nagyon nehéz olyan termelő területre jutni, amelyen az ágazatba belépni szándékozók elindíthatnák tevékenységüket. Ez szinte minden tagállamra igaz, mégis leginkább a spanyol ágazati szereplőket sújtja, ahol az utóbbi évekre sok száz ezer hektár állandó gyepterület vált kihasználatlaná.

Az egyedi elektronikus jelölés és regisztráció kérdése még mindig sok gondot okoz, a keresztmegerlelhetőséggel kapcsolatos kíváncsi keretében túl sok a véletlen veszteség és leolvasási hibák miatti büntetések száma.

Ezen felül a szektornak nagyon erős lobbira van szüksége, mert a többi versenytárs szektorral szemben a lehetségesnél kisebb az érdekérvényesítő képessége.

Ki kell hangsúlyozni, hogy a demográfiai felmérések eredményei szerint a juhhús- (báránhús)-fogyasztók korösszetétele meglehetősen kedvezőtlen: a jelenlegi fő fogyasztók korosodnak és a fiatal generációk tagjai hiányoznak (az emelkedő átlagkorral csökken az egy főre jutó fogyasztás), s e folyamat is a fogyasztáscsökkenés irányába hat. Természetesen az egyéb tényezők (ismerethiány, fals információk és magas ár) mellett.

Az EU juh- és kecskeszektora előtt álló kihívásokat és azok megoldásait Charles Sercombe (a COPA-COGECA

Working Party on Sheep (Juh Munkacsoport) elnöke az alábbi felosztás szerint foglalta össze.

– A juhágazat szociális, kulturális, gazdasági és környezetvédelmi jelentőséggel bír. A mezőgazdasági területeken a gazdasági erejét a következők jelzik:

- o munkaerő-foglalkoztatási forrás (segítségével elkerülhető azon területek elhagyása, ahol nincs vagy kevés más életben maradási alternatíva létezik);

- o az EU-farmok 8%-án tartanak juhot, ami több mint 850.000 juhtartót jelent;
- o az EU juh- és kecskehústermelésének értéke 2014-ben meghaladta az 5,2 milliárd euró értéket;

- o a juhtartás létfontosságú az EU természeti hátránnyal bíró területein (ezen területek 70%-a a juhtartásnak köszönhető létét);

- o a juh alapvető jelentőségű a nyílt területek fenntartásában, a biológiai sokszínűség megőrzésében és bozóttüzek megelőzésében;

- o szoros kapcsolat van a juhtartás és a társadalom között (benne az élelmiszer-biztonság, a kulturális örökség és a több ezer éves európai juhtartási tradíció).

– A pozitív dolgok ellenére számos kihívással kell szembenéznie.

- o Csökken a létszám, és ennek következtében a termelés

- az 1980-as adathoz képest (a bővítések ellenére) 25,3 millió juhval van kevesebb, ami 22,3%-os kiesést jelent;

- a kecskeállományban a kiesés meghaladta a 2,3 millió egyedat ugyanazon időintervallumon belül;

- a termelés kiesés meghatározóan a létszámcsökkenés eredménye.

- o Csökkenő és törekeny az egy főre jutó fogyasztás, 2005 (2,8 kg/fő/év) és 2015 (1,8 kg/fő/év) között több mint egy kg-mal esett vissza;

- o Alacsony a farmok piaci bevétele és hiányoznak az előrevivő beruházások;

- o Nehéz vonzóvá tenni ezt a foglalkozást és vállalkozást a fiatalok számára.

- Egy 2010-es, EU-28-ra kiterjedő felmérés eredménye szerint az ágazatban dolgozók döntő hányada az idősebb korosztályba sorolható (1% 25 év alatt; 6% 25–34 év között; 14% 35–44 év között; 25% 45–54 év között; 26% 55–64 év között és 28% 65 év fölötti).

- Egy irországi felmérés szerint (Forrás: *Farm Income; Review: IFA*) a tejelő marha, a húsmarha, az egyéb szarvasmarha, valamint a főleg juhtartó farmok átlagos mérete a következő, a fenti sorrendben: 55,4, 38,1, 40,3, 53,3 ha. Az ezekhez tartozó farmerek átlagos kora a fenti sorrendben így alakult: 52,6; 56,5; 58,6, és 59 év.

- Egy 2010-es francia felmérés eredménye szerint (6. táblázat) a juhtartók abban az országban is előregszenek, de a kor szerinti megoszlás kedvezőbb.

- o A felbukkanó új betegségek jelentős negatív hatással vannak az ágazat gazdaságosságára.

– Nem hagyhatók figyelmen kívül a következők sem:

- o a juhhús árak jelentős nyomás alatt vannak;

- o a termelési költségek (üzemeltetési és szabályozási) jelentősen megnöttek;

- o a tápláléklánc egyöntetűsége vonatkozó kívánalma;
- o a harmadik országokból érkező import jelentős nyomása;
- o a nagyragadozók állatállományban okozott kára (ennek összege Franciaországban meghaladta a 15 millió €-t 2014-ben, Finnországban pedig a 7 millió €-t).

–A megoldások számos elemet foglalhatnak magukba:

- o szükség van a piac jobb áttekinthetőségére;
 - a vágott-test-minősítésben (kell-e kötelező szabályozás?);
 - a vágott testek marketingjében (harmonizálni szükséges a vágási húskitermelés részletszabályait);
 - az árjelentésekben (élőjuh és juhhús piac megfigyelő rendszer – beleértve a rendszeres juhpiaci kiadványokat);
- o át kell értékelni a piaci struktúrát is;
 - a nagyméretű vágóhidak kontra kis, elszórt vágóhidak (szerződés-kötések rendszere nem megkerülhető; a szervezett marketingmunka nem nélkülözhető);
- o jobb szabályozásra van szükség;
 - a keresztmegerleltethetőség és az állatok egyedi jelölésével és regisztrációjával kapcsolatos támogatásra való alkalmasság;
 - az akaratlan meg nem felelés kezelését (leolvasási problémák és akaratlan füljelölő-elvesztések) indokolt átgondolni;
 - e kérdéskörben több toleranciára és

Az üzemeltető juhászok kora	Húsjuhászatok		Tejelő juhászatok	
	tenyésztők %	juhok %	tenyésztők %	juhok %
40 éves kor alatt	15	23	27	31
40–49 év között	24	32	34	36
50–59 év között	31	34	31	29
60 éve kor felett	30	12	8	4

(Forrás: SSP – Recensement Agricole 2010)

- o harmonizációra van szükség az EU-n belül;
- o az élőhely-megőrzési direktíva átgondolása is indokolt;
 - a nagyragadozók kártételei további bevételcsökkenést és kiadásnövekedést okoznak az állattartóknak (a vonatkozó ANNEX-ben megfogalmazottak átgondolására van szükség);
- o végig kellene gondolni, hogy mely feltételek megteremtése által adhat az önkéntes egyedalapú támogatás (VCS – voluntary coupled support) megfelelő perspektívát a továbbélésre;
- o további feladatokat jelent a fiatalítás és az intenzív termékpromóció az ágazatban;
 - speciális oktatásra és gyakorlatra van szükségük a fiatal embereknek ahhoz, hogy elérjék a szükséges képzettséget (szakmai gyakorlatok és az ágazati ipar párhuzamos fejlesztése, az innováció alkalmazásának felgyorsítása);
 - szükség van a fiatal gazdálkodók célzott támogatására, hogy csatlakozni tudjanak ezen előregedéssel szembenézni kénytelen ágazathoz;

- tovább kell folytatni az ágazati termékek általános promócióját;
- a juh- és bárányhús fogyasztását ismét vonzóvá kell tenni az emberek, de főleg a fiatalok számára (meg kell változtatni azt a felfogást, hogy a juh/bárányhúst nehéz megfelelően darabolni és bonyolult étellel változtatni (megfőzni vagy megsütni));
- vissza kell fordítani a juh/bárányhús-fogyasztás csökkenő tendenciáját a modern fogyasztásban, s főleg a fiatalok esetében sokkal szélesebb körben szükséges annak a táplálkozásbeli előnyeit megismertetni.

Mindezek alapján a COPA-COGECA által megfogalmazott következtetések szerint

- át kell tekinteni az Új-Zélanddal megkötött kereskedelmi egyezmények részleteit;
 - figyelembe véve az EU-termelés szezonálisitását az importengedélyeket a szezonokhoz ajánlott igazítani;
 - meg kell különböztetni a friss és fagyasztott termékeket a kvóták meghatározásánál, ami a történelmi megállapodások ártételését is indokolta teszi;
 - át kell tekinteni azokat a koefficienseket, amelyeket a vágott-test-egyenérték átszámításánál jelenleg figyelembe vesznek;
 - az EU lehetséges exportfejlesztéseit tekintve a Közel-Kelet és Ázsia növekvő igényeinek kielégítésében szükséges egyre nagyobb teret nyerni.
- Az eddig már többször megfogalmazott, marketing és promóció adta lehetőségek kihasználásához
- javítani szükséges a termékeink megjelenítését, csomagolását és a kapcsolódó marketingtevékenységet;
 - javítani szükséges a fogyasztók ismereteit a bárány- és juhhús (meg kecskehús) elkészítéséről, valamint összetételi, illetőleg beltartalmi értékeiről;
 - a régi receptek mellett új, gyors készítményt lehetővé tevő és az új fogyasztók megnyerését segítő recepteket kell kidolgozni és használatukat bevezetni a mindennapos gyakorlatba;
 - tudatosítani szükséges a kereskedelmi lánc tagjaival és a fogyasztókkal az európai bárány- és juhhús (meg kecskehús) értékeit és előállításának környezet védő hatását.



Csontos báránycomb szeletek (Forrás: Beef & Lamb New-Zealand)

Kukovics Sándor
Jávor Bence