

NEMZETI BORSTRATÉGIA TÉZISEI

2002. november

Tartalomjegyzék

	oldal
Bevezetés	1.
I. Gazdasági jövőkép	3.
II. Az NBS gazdasági jövőképét megvalósító szakma-stratégiai feltételek	5.
1. Az ágazat területi szerkezete, borvidéki rendszer	5.
2. Fajtapolitika	6.
3. Ültetvényrekonstrukció	6.
4. Borkategóriák	7.
5. A borászati technológiai beruházás	7.
6. Intézményi rendszer	8.
6.1. Szakigazgatás	8.
6.2. Minőség-ellenorzés	8.
6.3. Az Országos Borszakértői Bizottság (OBB)	9.
6.4. Piac- és termelésszabályozás szervezetei	9.
6.5. Oktatás	9.
6.6. Kutatás	10.
7. Bormarketing	10.
7.1. Szervezet	10.
7.2. Forrás	11.
7.3. Működés és program	11.

Bevezetés

- A Nemzeti Borstratégia a hazai szolo és borágazat nemzeti szintu stratégiáját fogalmazza meg 2022-ig.
- Az ágazat elso ilyen irányú kezdeményezése nem tekintheto befejezettnek. Egyes kérdések, pl. az EU rendszerétől függő támogatási megoldások tényleges, és további számításokat igényelnek. Ugyanakkor az ágazat és a program nyitott külső szakemberekkel történő konzultációkra, egyes fejezetek pontosítására illetve kidolgozottságának növelésére. Így pl. elsősorban a kormányzat és a szakminisztérium kollégáival, a marketing szakterület képviselőivel, agrárközgazdászokkal képzelhető el ilyen jellegu munka.
- A stratégia az ágazat elképzeléseit tartalmazza és nem tér ki kapcsolódó területekre, mint pl. az ágazat foglalkoztatottsági kérdései, térségfejlesztés, stb. Ezeket a feladatokat nem tekintjük kizárólagosan az ágazat sajátjának, de ilyen jellegu munkákban az ágazat szakemberei szívesen részt vállalnak.
- Nem célja a borvidéki és a térségi szintek programjainak kialakítása, amit alapvetően a helyi kezdeményezésekre és a piaci hatásokra kell bízni.

Elozmények

Az ágazat a privatizáció utáni szerkezeti átalakításban megtorpant, a hazai piac nem bővül, az exportunk csökkent, az országos ültetvényfelmérés csökkenő és romló termelési potenciálról ad számot. A felszíni sikerek, egyes termelők fejlődése mellett az ágazat átlaga csökkenő eredményességgel dolgozik. Mindeközben a világ szolo- és bortermelése, a nemzetközi borpiac korábban elképzelhetetlen mértékben változott és fejlődött, lemaradásunk még nyilvánvalóbb lett.

Ez, a remélhetőleg csak átmenetinek tekinthető válság, arra kényszerítette az ágazat vezetőit, hogy a rövid távú megoldások mellett a szolo- és bortermelés jövőjéről is gondolkodjanak, ebbe az ágazat különböző területein dolgozó szakembereket is bevonják, a fő célokat kijelölik és az ahhoz vezető utat felvázolják.

Ez annál is indokoltabb lépés, mert az elszigetelt igyekezetek, az egyedi megoldások tartalékaik kimerültek, a múltat jellemző kis csoportba szerveződések az ágazat egészére nézve nem jártak kellemes eredménnyel. A belső tagozódás megtartása mellett szükség van az ágazati szintű összefogásra és programra. A Nemzeti Borstratégia (NBS) kidolgozása ennek a folyamatnak az első lépése.

Az NBS céljai

A nemzeti borstratégia két területen szeretne változásokat elérni:

a. Ágazat szinten

- Szemléletváltást az ágazati szereplőknél, ami a közös ágazati érdek és program megjelölését és annak érdekében történő összefogást jelenti.

- Az ágazati stratégia fő vonalának kijelölését, annak a kockázatát is vállalva, hogy ilyen módon az ágazat egyes szereplőinek bizonyos érdekei is sérülhetnek.

b. A Kormányzat irányába

- A jelenleg felgyorsult jogszabály alkotási időszakban (az EU-hoz való csatlakozás elokészítése) is szükséges az ágazat stratégiai fejlesztési lehetőségeit a kormányzatnak és az ágazatnak együttesen elemezni, a napi döntéseket is már a távlati célok függvényében meghozni.
- A kormányzati döntéseknél a mindenkori kormánynak abban segíteni, hogy az ágazatot egységesen kezelhesse, és a döntés-előkészítés során ne sok apró érdekcsoporttal kelljen tárgyalnia, hanem többé-kevésbé egységes koncepció, távlati program mentén lehessen haladni.

I. Gazdasági jövőkép

A stratégia első lépése, hogy a gazdasági jövőképet megalkossuk és a lehetséges fejlődésünket kalkuláljuk. Többféle megoldás közül a táblázatban közölt modellt tartjuk a legalkalmasabbnak arra, hogy ágazatunk fejlődési pályára lépjen és a programját legnagyobb valószínűséggel megvalósíthassa. A nemzeti sajátosságokat is figyelembe véve ebben a gazdasági célkitűzésben ötvöződik leginkább a nemzetközi piacokon összegyűjtött tapasztalatunk és a hazai termelési potenciálunk.

Ez a változat az ágazat **intenzív fejlesztési modelljeként** értelmezhető. Ennek megvalósítása jelentős mértékben igényli a meglévő termelési, pénzügyi és szellemi, kereskedelmi és intézményi **erőforrásainknak** a **koncentrációját**, működésük **hatékonyságának** növelését.

A modell a következő módon jellemezhető:

- A hazai borpiacon értékbeli növekedést kell elérni.
- Ez feltételezi az ágazattól a hatékonyabb területi szerkezetet.
- A gazdasági célok megvalósításához minimálisan 75 ezer hektár szőlőültetvényt kell művelnünk 2022-ben.
- Szükséges az ágazat anyagi, szellemi és intézményi erőforrásaink koncentrációja, átalakítása, ami az ágazat hatékonysági mutatóinak javulását kell, hogy eredményezze.
- A modell és annak koncepciója figyelembe veszi a világpiacon tapasztalt sikeres borászatok és ágazatok fejlődését.
- A felszínen tapasztalható sikerek ellenére a modell drasztikus szerkezeti változást feltételez (pl. támogatjuk a szőlőtelepítést, de a 3.300 toke/hektár nem felel meg a világpiaci elvárással, minőségi követelményekkel, legalább 4.000 toke/ha-t jelöl a modell).
- A cél eléréséhez megtisztult piaci viszonyokat kalkulálunk. Ezen a téren megfigyelhető és régóta feszítő problémákat nem sikerült megoldani a kormányzat és az ágazat erőfeszítése ellenére sem (pl. illegális piac működése, borhamisítás, mubor készítés, stb.).

A magyar borszektor 2020-ban

	Hordós			Palackos				Összesen	
	ezer hl	euro/hl	ezer euro	ezer palack	euro/palack	ezer hl	ezer euro	ezer hl	ezer euro
1 Magyar kereskedelmi borforgalom (2+3)	989	80,0	79 084	255 860	2,1	1 919	540 795	2 908	619 879
2 Saját termelésű belföldi borforgalom	989	80,0	79 084	197 710	2,0	1 483	395 420	2 471	474 504
3 Import borforgalom				58 150	2,5	436	145 375	436	145 375
4 Saját termelésű borok exportja	225	60,0	13 528	45 092	2,2	338	99 202	564	112 730
5 Ker. forgalmú saját termelésű borok összesen (2+4)	1 214	76,3	92 612	242 802	2,0	1 821	494 622	3 035	587 234
6 Magyar borkereskedelem összesen (1+4)	1 214	76,3	92 612	300 952	2,1	2 257	639 997	3 471	732 609
7 Ker. forg.-ba nem kerülő saját borfogyasztás	293	50,0	14 625					293	14 625
8 Mindösszesen magyar borszektor (1+4+7)	1 507	71,2	107 237	300 952	2,1	2 257	639 997	3 764	747 234

Peremfeltételek

A	Összes szőlőterület	75 000 ha		Összes saját termelés (C*D*E):	2 925 ezer hl
B	Összes termőterület / Összes szőlőterület	80,00 %		- ebből: export (C*D*E*K):	564 ezer hl
C	Összes termőterület	60 000 ha		- ebből: ker. forgalomba nem kerülő, saját borfogyasztás (C*D*E*F):	293 ezer hl
D	Termésátlag	7,5 tonna/ha		- ebből: saját termelésű belföldi borforgalom (G*H):	3 200 ezer hl
E	Lékinyerés	0,65 liter/kg		Összes magyar ker-i borforgalom (G*H-C*D*E*F):	2 908 ezer hl
F	Ker. forg.-ba nem kerülő saját borfogyasztás	10,00 % a saját termelésből			
G	Átlagfogyasztás	32 liter/fo			
H	Népesség	10 000 000 fo			
I	Import borforgalom	15,00 % a magyar ker-i borforgalomnak			
J	Import borforgalom	0,00 % hordós			
		100,00 % palackos			
K	Saját termelésű borok exportja	19,27 % a saját termelésből			
L	Saját termelésű belföldi borforgalom	40,00 % hordós			
		60,00 % palackos			
M	Saját termelésű borok exportja	40,00 % hordós			
		60,00 % palackos			
N	Ker. forg.-ba nem kerülő saját borfogyasztás árkalkulációja önköltségi alapon!				

		Árak (euro/hl, illetve euro/palack)		Hordós	Palackos
		Saját termelés / Belföldi forgalom	80,0	2,0	
		Import beszerzés / Belföldi forgalom		2,5	
		Saját termelés / Export forgalom	60,0	2,2	
		Ker. forg.-ba nem kerülő saját fogyasztás	50,0		

		Árak (Ft/hl, illetve Ft/palack)		Hordós	Palackos
		Saját termelés / Belföldi forgalom	20 000,0	500,0	
		Import beszerzés / Belföldi forgalom		625,0	
		Saját termelés / Export forgalom	15 000,0	550,0	
		Ker. forg.-ba nem kerülő saját fogyasztás	12 500,0		

euro / Ft

II. NBS gazdasági jövőképét megvalósító szakma-stratégiai feltételek

1. Az ágazat területi szerkezete, borvidéki rendszer

- A borvidéki rendszert át kell alakítani, számukat csökkenteni, azaz koncentrálni, belső szerkezetüket pedig differenciálni kell.
- A koncentráció eredményeképpen a borvidékek számát hozzávetőlegesen a felére kell csökkenteni, azon belül 3 (szabályozási, származáshely megnevezési) szintet kell létrehozni, amelyet a borvidékek sajátosságaiknak megfelelően használnak.
- A borrhéj, mint intézmény önkéntes szerveződésre adna lehetőséget, alapvetően marketing célokat szolgálhat, esetleg a tájborknak lehet eredet-megnevezési szintje.
- A módosított borvidéki rendszerben is 1-2 kis (500-1.500 ha-os) borvidék a piac függvényében továbbra is megmaradhat.
- A borvidékek belső tagozódását az alábbi 3 szinttel lehet megoldani, borvidékenként eltérő módon:
 - Borvidék
 - Körzet/település
 - Település/dulo

Indoklás

A borvidék eddigi rendszere szétaprózódott, a piac által értelmetlen szerkezetet mutat. A területi szerkezet a borkategóriáknak sem felel már meg, jóllehet ez lenne az egyik legfontosabb szerepe. Az új rendszer elősegítené a koncentráltabb termelést, nagyobb és a piac számára érthetőbb származáshely-megnevezéseket, a borvidéken belül a termelőknek nagyobb szabadságot adna a szintek megválasztásában, és így a piachoz jobban alkalmazkodhatnának. Így az alábbi rendszert szolgálná az új megoldás:

- *Asztali bor*
 - Asztali bor - nincs területi egysége
 - Tájbor - borvidéknél nagyobb és eltérő területi egység, ahol van, ott ez lehet borrhéj
- *Meghatározott termohelyről származó minőségi bor*
 - Minőségi bor - borvidék (általános szabályozású)
 - Különleges minőségű bor - borvidék (általános szabályozású)
 - Védett eredetű bor - körzet, település, dulo (egyedi szabályozású)

Ez a megoldás fejezné be azt a folyamatot, amivel a korábban domináns, ma már a világpiac által nem elfogadott germán típusú termékclasszifikációra alapozott rendszer átalakítását, és a latin típusú, a jelentős részben területclasszifikációra alapozott rendszerre térünk át a hazai sajátosságokat is figyelembe véve.

2. Fajtapolitika

- A fajták sokszínűségét, heterogenitását országos szinten meg kell tartani.
- Egy-egy borvidéken belül azonban csökkenteni kell a fajtaszámokat.

A fajtapolitikát alapvetően a szakmai öngazgatásnak, termelői önszabályozásnak kell megvalósítani, amit országos szinten a fajtabizottság felügyel.

Indoklás

A Kárpát-medence ökológiája igényli a biológiai heterogenitást, de a piac követelése, hogy egy-egy bor mögött lévő fajta területének mennyiségét is növeljük. A fajtapolitikában hosszú távon fenn kell tartani a többszínűséget, azaz helyi (hagyományos), új nemesítésű, nemzetközi és prémium (borpiacon magasan pozícionált világfajta) fajták telepítésével. Ugyanakkor a termés koncentrálásának növelése érdekében borvidéki szinten a termesztett fajták számát jelentős mértékben csökkenteni kell.

3. Ültetvényrekonstrukció

- Az ültetvény rekonstrukció a következő 20 évben, 2022-ig vélhetően a modellben szereplő minimális 75.000 hektár bázishoz 63.000 hektár, a jelenlegi bázishoz (93.000 ha) 81.000 hektár szoloültetvény (újra)telepítését jelenti.
- Az ültetvénytelepítés támogatását normatív rendszerben kell megvalósítani.
- Stratégiai kérdés a szolo biológiai alapjainak magas szintű fenntartása, és a szaporítóanyag termelés versenyképességének növelése. A hazai termelést meg kell orizni, nemzetközi versenyképességet növelni kell.
- A biológiai alapok támogatását kiemelten kell kezelni.
- Indirekt támogatási formát, pl. szaporítóanyagon keresztül, meliorációs alap létrehozásával történő szelektív támogatást is alkalmazni kell.

Indoklás

Példának okáért:

- Az ültetvényeink jelentős része elöregedett (22%).
- Ültetvényeink nem természetű fajtákkal (direkt termo) telepített (8%).
- Ültetvényeink alacsony termoképességűek (23%).
- Ültetvényeink jelentős tokehiánnyal rendelkeznek (14%).
- Ültetvényeink nem megfelelően kezelték (13%).

Mindezek indokolják az ültetvények teljes körű felújítását és újratelepítését. A jelenlegi támogatási rendszer nem szolgálja sikeresen az ültetvény-rekonstrukciót:

- Az elmúlt években 600-1.200 hektár telepítés történt, ez nem szolgálja a minőségi változást.
- A jelenlegi támogatási rendszer eredményeképpen a telepítések jelentős része korszerűtlen formában és a piachoz nem igazodó, minőséget nem szolgáló ültetvényekben valósultak meg (pl. nem szolgálják a vertikális integrációs egységek erősödését).

4. Borkategóriák

Magyarországon hosszútávon az asztali és a minőségi borokon belül kétszer két, azaz alapvetően négy borászati kategóriával kell számolni. Ezek vélhetően jobban illeszkednek majd a világpiachoz.

- Asztali borok
 - asztali bor
 - tájbor (földrajzi eredettel jelölve)
- Minőségi borok
 - minőségi bor (általános szabályozás)
 - védett eredetű bor (egyedi szabályozás)

Ugyanakkor a védett eredetű borkategória intézményi és piaci megerősödéséig a különleges minőségű borokat célszerű külön kategóriaként megtartani.

Indoklás

A különleges minőségű borok jelenleg és intézményes és működő kategória ezért fenntartása bizonyos termelői érdekekhez kapcsolódik. Ugyanakkor csak 1-1,5 %-os a piaci részesedésük és a germán típusú szabályozási rendszer egyik utolsó elemeként nem illeszkedik az átalakulás fő irányába. Ezért amikor a védett eredetű borok kategóriája intézménye teljes egészében kiépül és piaci részesedése alapján is megerősödik, célszerű a különleges minőségű borokat a védett eredetű borok kategóriájában szerepeltetni, meghagyva általános szabályozását, kiegészítve helyi szabályozásokkal. A borászati kategóriák változása szintén a germán hatástól való eltávolodás és az új piachoz igazodó nagyobb hozzáadott értékkel működő szabályozás irányába történt jelentős elmozdulást gyorsítaná fel.

5. A borászati technológiai beruházás

A borászati technológiák tervezése, kivitelezése, támogatási és az értékelési rendszere a szolotermesztési rendszerekhez kell, hogy kapcsolódjon. A szolo és a bor technológiája egységes rendszert kell, hogy képezzen tervezési, és támogatási szempontból is.

a. Fehér bor

A feldolgozás jelentős cseréjére van szükség, ki kell használni a Kárpát-medence adta ökológiai lehetőségeket, és a fehér borok feldolgozását teljesen korszerűsíteni kell. Ez 20 év alatt 1,8-2,0 millió hl bor készítésénél teljes technológiai megújulást jelent. Ennek beruházási költsége hozzávetőlegesen 9,5-10 milliárd Ft.

b. Vörös bor

A feldolgozás technikájának jelentős cseréjére van szükség. Közép és magas kategóriájú import borok várható hatása miatt is szükséges a versenyképesség növelése. Technológiai megújulás szükséges kb. 1-1,1 millió hl bor készítésénél, amelynek beruházási költsége kb. 6-6,5 milliárd Ft.

c. Tokaji aszú és szamorodni

Az átlagos éves aszúkészítés kb. 10.000 hl, szamorodni készítés kb. 10-15.000 hl. A technológia 60-70 %-a felújításra és új beruházásokra szorul. A beruházási költség hozzávetőlegesen 1 milliárd Ft.

d. Pezsgo

Országosan 30 millió palack kb. 230.000 hl pezsgo készül. 6 hónapos átlagerjesztéshez és érleléshez szükség van 200-220.000 hl erjeszto-, illetve érlelo-térre. Beruházás: 50.000 hl felújítandó pezsgogyártási technológia esetén 1 milliárd Ft értékben.

6. Intézményi rendszer

6.1. Szakigazgatás

A szakigazgatási feladatokat állami és ágazati (civil) szervezetek láthatják el. A szakigazgatás felépítése, működtetése az EU szabályozásoknak és irányelveknek megfelelően kell, hogy történjen. A feladatok egy része átadható felkészült és erre alkalmas civil szervezeteknek. Ezzel kapcsolatos döntés csatlakozási tárgyalások lezárásától függően 3-4 hónapon belül hozható meg. Ezért ennek a területnek a végleges kidolgozása abban az időszakban történik meg.

Az uniós elvárásoknak megfelelően az alábbi területek tartoznak a szakigazgatás körébe:

- kataszterek kezelése
- telepítési jogok kezelése
- új telepítés, kivágás, szerkezetátalakítás engedélyezése és ellenőrzése
- kísérő okmányok
- termelési jelentések
- támogatások
- fajták osztályozása
- adminisztratív ellenőrzés
- lepárlás
- borászati eljárások engedélyezése
- minőségi borok minősítése / minőségvizsgálata
- termohely lehatárolása
- eredetvédelem
- Intervenció Hivatal működtetése

6.2. Minőség-ellenőrzés

A minőségellenőrzés és a termékminősítés feladat jellegéből, céljából adódóan elválik.

- *A minőségellenőrzés állami feladat.* Javasolt a jelenlegi, központosított szervezet megtartása, ami továbbra is csak az ágazat speciális igényeinek megfelelő, önálló szervezatként működik.

- *A termékminőség ágazati feladat.* Ennek két területe az analitikai és az érzékszervi minőség. Javasolt, hogy az *analitikai minőség* minden, erre alkalmas akkreditált minősítő helyen elvégezhető legyen (ennek keretében a szakterületen működő - tehát borászati ágazati - intézmények, laboratóriumok prioritást kapnak). Az *érezékszervi minőség* feladatát a térségi/ borvidéki borminősítő bizottságok vehetik át. A minőség feltételrendszere (módszer, személyi követelmények) az ágazatirányítás és a termelői szervezetek által kidolgozandó, amit jogszabály rögzítene. A rendszert ágazati intézmények működtetik, állami felügyelet mellett.

6.3. Az Országos Borszakértői Bizottság (OBB)

Az OBB működésének alapelvei, jelenlegi feladatai a beérkezett javaslatok alapján teljes átgondolást igényelnek. A Bizottság elsősorban a védett eredetű, illetve az export- és importborok ellenőrzése és érzékszervi minősítése terén kaphatna feladatot, akár több csoportba, feladatra szervezve. A korábbiakhoz hasonlóan, a Miniszter tanácsadó testületként működne, aminek keretében a Miniszter egyéb feladatokat is adhat a Bizottságnak.

6.4. Piac- és termelésszabályozás szervezetei

Az ágazati tevékenységekben a termelés és a piac között arányeltolódásnak kell bekövetkeznie a piac javára. A piacot a középpontba kell helyezni. Ez azt jelenti, hogy a piaccal és a piac szabályozásával - a kereslet oldaláról is - a piaci szereplők (kereskedők, fogyasztók) integrálásával sokkal többet kell foglalkozni.

Javasolt az EU által szabályozott és követett megoldásokat alkalmazni mind az intézmények, mind a módszerek esetében.

A civil szervezetek bevonása a piac- és termelésszabályozásba az uniós elveknek megfelelően a termelői és szakmai szervezetek útján szükséges.

6.5. Oktatás

Évente 20-25 - nemzetközi szinten is értékelhető és képzettségű - szakember képzése és ágazati fogadása a cél.

A középfokú ágazati szakoktatás színvonala és minősége megfelelő. Segíteni kell azonban az *akkreditált felsőfokú szakképzést* és a *szakemberek továbbképzését* mind a felső-, mind a középfokú oktatásban, azokban az intézményekben, amelyek erre alkalmasak. A felsőoktatásban a további aprózódást megállítva az akkreditált tanszékek támogatása a cél.

Az ágazati (közép és felsőfokú) szakképzésen túl erősíteni kell a borral kapcsolatos társadalmi / kulturális oktatást, a laikusok képzését és az országot külföldön képviselők (ország képét közvetítők) oktatását.

6.6. Kutatás

A kutatásnak mind *országos* és ebből levezetetten, mind *térségi* programokat is végre kell hajtania, jelentős nemzetközi tudásanyag alapján. A kutatásnak az ágazatot közvetlen módon, rövid távon is segítenie kell.

Az ágazati kutatás színvonalának megerősítése érdekében, a teljes témakör képviselőjéhez legalább 15, *nemzetközileg is elismert* vezető kutatót kell foglalkoztatni a kutatóhelyeken.

Javasolt - a csaknem száz éves hagyományt követve - egy *országos kutatási intézménybe* foglalt, de térségi kutatóhelyekkel rendelkező kutatási hálózat kiépítése, a meglévő erők koncentrálása érdekében.

Az ágazati kutatóhelyek és a hasonló kutatást végző akkreditált felsőoktatási intézmények szorosabb együttműködése szükséges, más mellett például a szakterületi tudományos minősítés célirányosítása érdekében is.

7. Bormarketing

7.1. Szervezet

A magyar bormarketing programhoz a fokozatosan önállóodó, a kezdeti fázisban az AMC-n belül elkülönült, később teljesen *önálló ágazati (piaci) szervezet* kialakítása javasolt. A teljes önállóodás egy legalább ötéves átmenet során valósulhat meg. Ez az időszak elegendő lehet arra, hogy a működéséhez az ágazat belső forrásai és az állami forrás legalább 50-50 %-ot érjen el.

Javasolt szervezeti forma két részre oszlik:

a. Az AMC-n belül létrehozandó *"Önálló Közösségi Bormarketing Szervezet"*, aminek feladata a bormarketing programok végrehajtása és végrehajtása. A Szervezet az AMC-t csak a programok igényeinek megfelelő mértékig vonja be a végrehajtásba. A Szervezet működéséhez az AMC-n belül megfelelő feltételek biztosítása szükséges.

b. A *"Közösségi Bormarketing Tanács"* a Bormarketing Szervezet szakmai döntéshozó és irányító testülete. Feladata a célok meghatározása, stratégia és programok kidolgozása, azok értékelése. A Tanács 3-5 éves középtávú terveket dolgoz ki és fogadtat el, amelyeket éves lebontásban hajtanak végre. A Tanács önállóan rendelkezik a bormarketing programok költségvetésének felhasználásáról. Tagjai ágazati intézmények képviselői, marketing szakemberek és a szakirányítás delegáltjai.

Javasolt az új bormarketing szervezet 2003-ban történő felállítása.

A szervezet működését a jelenlegi és az EU csatlakozás utáni jogi környezet határozza meg.

7.2. Forrás

Célként megfogalmazható, hogy évente legalább 500 millió Ft állami és évente *növekvő mértékben ágazati forrás* szükséges. 2003-ban 100 millió Ft ágazati hozzájárulás javasolt. A forrásmegosztás reálértékének megtartása mellett 5 év alatt elérhető az *50-50 %-os arány*, ami évente egymilliárd forint közösségi marketingre fordítható forrást jelent.

A bormarketingre fordítható alapon három *ágazati saját forrás* javasolt: törvényi kötelezettség alapján (a későbbiekben életbe lépo közösségi marketingtörvénynek megfeleloen), az Agrárrendtartási törvény alapján és az ágazati vállalkozások eseti támogatásai alapján. A közösségi marketingtörvény megalkotásáig, ami a forrásokról is rendelkezik, a jelenlegi Agrárrendtartási törvény képezné az ágazati finanszírozás alapját. A bormarketing program megindítása érdekében ez a forrás 2003-ban már rendelkezésre állhat. A rendszer működésének értékelése után még kérdés, hogy ez a forrás a közösségi marketingtörvény életbe lépése után is fennmaradjon-e?

Egyéb források a központi költségvetésből (FVM, AMC, állami pályázatok, más tárcák eseti forrásai, stb.), vállalati támogatásokból (ágazati és nem ágazati), szakmai érdekképviseletektől (pl. hegyközségi rendszer), külföldi forrásokból (EU) és nem ágazati, de a borszektor is érinto programokkal történő együttműködés forrásaiból (gasztronómia, /falusi/ turizmus, stb.) származhatnak.

7.3. Működés és program

A Nemzeti Bormarketing Stratégia Alapelvei

- A Nemzeti Bormarketing Stratégia (NBMS) az ágazat meglévő termelési, termelési, piaci, jogi és gazdasági környezetére épül.
- A NBMS-nak a Magyar Bort, az egész ágazatot kell képviselnie, aminek központi imázs-képző elemei a *magas értékű* és presztízsz magyar borok, a piaci minőségét a középpontba állítva.
- A NBMS feladata a hazai szolo- és bortermelés és a borpiac széleskörű befolyásolása.
- A Stratégiának piaci szempontból két fő feladata a borfogyasztás *értékbeli növelése* és a magyar bor *versenyképességének* növelése itthon és külföldön.
- A NBMS hatékonysága a felhasznált eszközök *koncentráltságától* függ. Ennek megfelelően kell a célpiacokat kiválasztani azzal, hogy lesznek ki nem elégített igények és "ellátatlan területek".
- A program végrehajtása piac és azon belül szegmens orientált.
- A NBMS a belpiac és az export irányába egyaránt aktív tevékenységet folytat.
- A hazai és a külpiaci programok 50-50 %-os arányban kell, hogy szerepeljenek.
- A külpiacokon 3-5 fő piacot, piaccsoportot meghatározni, és koncentrált marketingtevékenységet kifejteni.
- A programok megvalósításához a külpiaci példákat meg kell ismerni és a szükséges mértékig fel kell használni azok eredményeit.
- A Stratégia alapján koncentrált, országos jelentőségű és finanszírozású tevékenység folyik, amihez ennek keretében helyi, de ágazati kihatású programok is kapcsolódhatnak.
- A Stratégia eredménye minden piaci szereplő számára kereslet-növekedést jelent.

- A programok értékelése legalább ötéves periódusokban történik.
- A programok és végrehajtásukkal kapcsolatos ismeretek kétszintű nyilvánosságot kapnak szakmai és adminisztratív szempontból.
- A Stratégia nemcsak a magyar bor imázsának, hanem a Magyarországról alkotott kép építésében is szerepet játszik.
- Egyéb, nem ágazati, de a borszektorra is érő programokkal történő együttműködés, a szinergencia megtalálása: bor és egészség, bor és turizmus, bor és gasztronómia, bor és kultúra, stb.

Stratégiai célpiacok

A Stratégia az alábbi piacok és piaci csoportok prioritását adja meg:

- Brit piac: nagy ráfordítás - nagy, a piacon túlmutató nemzetközi hatás
- Észak-Amerika piaca: nagy ráfordítás - jelentős hatás, vagy lokális ráfordítás - lokális eredmény
- Németország és BENELUX államok: hagyományos piac, minőség és piaci pozíciók javítása - lokális hatás
- Kelet-Európa piaci: a piac újraépítése, jelentős ráfordítás - jelentős mennyiségi növekedés
- Skandináv országok piaca: monopolizált kereskedelem, kis ráfordítás - lokalizált hatás
- Távol-Kelet: kezdeti piacépítés, nagy ráfordítás - távlati megtérülés és hatás