

Alternatív értékesítési csatornák

8–10 millió a zöldségközö

TAGTOBORZÁS

Az első lépések megtétele a legnehezebb. Kiss Lászlóék esetében sokat segített, hogy Orsolya egy évig a helyi Waldorf iskolában az iskolakertet vezette. Ekkor egy sor hasonló gondolkodású családot ismert meg, akik nyitottak voltak az egészséges táplálkozásra. Így az első évben rögtön 20 családdal indulhattak, majd a tagok egymást hozták. Máshol a gazdálkodó **korábbi piaci törzsvevőit** irányította át a dobozolásra, vagy zöldszervezetek, esetleg helyi civil szervezetek segítettek toborozni az első tagokat. Az eddigi tapasztalatok alapján ha 15-20 családdal el tudunk indulni, akkor maguk **a tagok hoznak anynyi új embert**, hogy három év alatt már várólista alakul ki a gazdaságban.

Kisebb, családi alapon szerveződő gazdaságok, kertészetek értékesítési problémáira nyújthat megoldást a közvetlen fogyasztói kapcsolatokra építő közösségi gazdálkodás. Ennek alapja a termelő és a fogyasztó közötti hosszú távú elköteleződés. És mint látni fogjuk, meg is lehet élni belőle.

sségből

„Számunkra fontos, hogy a közösségünk tagjainak tekintjük azokat, akiket teljes szezonban ellátunk friss zöldséggel. Éppen ezért évente több közös programot szervezünk, tavaly ősszel például betakarítási ünnepet tartottunk a tanyán” – magyaráz Kiss László és Kiss-Kovács Orsolya, az általuk létrehozott szegedi központú zöldségközösség alapítói. „Bemutattuk a gazdaságot, volt egy kis összekovácsoló, játékos hangulatú, közös munka délelőtt, aztán főzés a kertben a betakarított terményekből. Ebéd után elmondtuk, hogy mi volt az éves tapasztalatunk, terveink közül mi sikerült, mi nem, és mit szeretnénk jövőre”.

A Balástya és Kistelek között (Csongrád megye) elhelyezkedő Évkerék Ökotanyán élő fiatal házaspár 2010 óta gazdálkodik, összesen 7 hektáron. Ebből egy hektár a szabadföldi zöldség és 500 m² fóliasátor. A férj a fiatal gazdák induló támogatásának nyertese. Kezdetől fogva közvetlen értékesítésben gondolkodtak, egy francia AMAP-os gazdálkodóval való ismeretségük adta meg a kellő lendületet ahhoz, hogy belevágjanak a – hazai viszo-

nyok mellett nehezen megvalósíthatónak tűnő – **zöldségdoboz rendszerbe**. A zöldségközösség tagjai (állandó vásárlói) szerződéses keretek között, előre fizetéssel garantálják elköteleződésüket a termelő iránt, aki cserébe minden héten az éppen aktuálisan beérett terményekből állítja össze a szállítmányt. Egyéni igények kielégítésére általában nincs lehetőség, a rendszeres személyes kapcsolat azonban garantálja, hogy a családok asztalára ismert eredetű, friss, **szезонális** és kiváló minőségű zöldségek kerüljenek.

A tagság előre fizet

A több mint 100 fajta zöldséget termesztő – helyi közösségépítő tevékenységet is felvállaló – Csongrád megyei pár mindössze három év leforgása alatt stabil tagsági kört épített ki Szegeden. Az idei szezon első felére már minden „zöldségdobozhelyük” betelt, azaz **várólista van**. Májustól indul a szállítás a városi átvevőpontra. Az összesen 35 hetes szezonra a tagsági díj hónapokra lebontott összegét a vásárlók mindig legalább az adott hónapra előre kifizetik. Így a termesztési és működési költség fedezete az értékesítést megelőzően már biztosított – ami talán egyedülálló a mezőgazdaságban.

Egy átlagos négyfős család számára elkészített heti „nagydoboz” ára a termelési költségek (vetőmag, munkabér, fejlesztések stb.) alapján kerül kiszámításra. A hazai példák alapján ez 5–6000 forint körül mozog. Ez a vásárlóknak háztartásonként és havonta kb. 20 ezer forint kiadást jelent. Lényeges, hogy nem a hetente kézhez kapott terményért kell fizetni, hanem a **gazdaság működési-termesztési költségeit finanszírozzák** a tagok. A zöldségdobozok értéke éppen ezért az egy dobozra lebontott tagsági díjat vagy fedezi, vagy nem. 50 háztartásból álló tagsággal számolva – és 20 ezer forintos havi tagsági díj mellett – egy kisgazdaság évi tíz milliós bevételhez juthat ebben a rendszerben.

Cél: a városi elit

A tagsági díj sem a doboz összetételére, sem a kapott mennyiségre nem jelent garanciát, ám a minőségre igen – és úgy tűnik, egy bizonyos fogyasztói rétegnek ez a legfontosabb. Pénzükért cserébe friss, bio minőségű zöldségeket, és egyéb termé-

Hét hektárból mindenre futja



keket (olajos magvakat, gyümölcsöt, feldolgozott gabonát stb.) kapnak. Valamint egy közeli biogazdaság életébe való betekintés lehetőségét. Ha a gazda együttműködik más kistermelőkkel, úgy az átvető pontokon – a doboz fix tartalmán kívül – a tagok opcionálisan hozzájutnak kenyérhez, tejtermékekhez és egyéb élelmiszerekhez is.

Magyarországon a fogyasztók elköteleződésének mértéke változó, de már itthon is előfordul a termelő és a fogyasztó között egész évre szóló szerződéses viszony. Kellően tudatos és fizetőképes kereslettel főleg Budapesten és környékén, továbbá legfeljebb a **megyeszékhelyeken**, nagyobb városokban lehet számolni. Az árérzékeny, kényelemhez és széles választékhoz szokott magyar vásárlók zömének nem alternatíva, hogy zöldségközösség útján szerezzenek be az élelmiszert. Az így értékesítő gazdaságok nálunk egy spe-

A NÉMETEKTŐL INDULT

A közösségi mezőgazdaság lassan 50 éves múltra tekint vissza, bár széles körű elterjedése Európában csak az elmúlt 10 évben valósult meg. Az első termelői–fogyasztói közösségek egymástól függetlenül alakultak ki Japánban és Németországban. A mozgalom szorosán összefonódik a környezetvédelemmel és a társadalmi felelősségvállalással. Jellemzőek az ökológiai termelési módszerek, a rövid szállítási távolságok, valamint a termelő és a közösség tagjai közötti nagymértékű szolidaritás. Európában legjelentősebb a 2001-ben újtárra indult francia AMAP mozgalom (Szövetség a Kistermelői Mezőgazdaság Fenntartásáért). Franciaországban ma kb. 3000 ilyen gazdaság működik százezres nagyságrendű fogyasztói taglétszámmal. **Magyarországon** a '90-es éves végén Gödöllőn, az Agrártudományi Egyetem közreműködésével alakult az első közösségi bio-zöldségdoboz rendszer, *Nyitott Kert* néven. Ma kerekén **tíz ilyen** alapon szerveződő és értékesítő **gazdaság működik**.

feladathoz. Most abból főzünk, amit a tanyán éppen betakarítottak.”

Elég hozzá 5 hektár

A hazai zöldségdoboz-rendszerű gazdaságok mérete átlagosan 2–3 hektár, és sehol sem haladja meg a 10 hektárt, ami a nem zöldségtermesztő területeket is magában foglalja. Az érintett kisüzemek jellemzően családi alapúak, és minősített ökológiai gazdálkodást folytatnak. Ez különösen a főszezonban jelentős élmunka-igényt, intenzív kertészeti technológiát kíván. A szállítási szezon hossza gazdaságtól függően az egész évre kiterjedhet: **tartósított termékek (befőtt, lekvár stb.), télálló zöldségek, csírák** révén. A közösség vásárlói körének teljes szezonos ellátása igen változatos vetészerkezetet igényel. Ahhoz, hogy a hetente szállított dobozban legalább 8-10 féle termék legyen (átlagban), a kertészetek jellemzően **50-nél is több fajta** zöldséget termesztenek. „A vetésforgó alapját a szokásos zöldségek adják, mint a hagyma, krumpli, tökfélék, gumósok. Főleg a szezon elején nagyon sokféle leveles zöldséget termesztenek, mint amilyen pl. a mángold, sóska, spenót, különféle saláták. Sok szabadeltvirágzású, a piacról kiszorult régi és tájfajtát termesztenek. Némi különleges színe, formá-

ja, vagy éppen íze miatt igen kedvelt a tagság körében” – számol be Kiss László.

Az érintett hazai gazdaságok 40–70 háztartást látnak el terménnyel, az ennél nagyobb tagság már túl nagy logisztikai feladatot jelentene, illetve elveszne a rendszer lényege, a személyes kapcsolat. Sokat mondó, hogy a zöldségközösségre való áttérést követően a gazdaságok 2–3 éven belül elérték, hogy kizárólag ezen a csatornán értékesítik a megtermelt zöldségeket. Ha valamilyen nagyon sok terem, akkor a felesleget egyszerűen szétosztják a tagok közt. Egy több hektáros, állandó és főszezonban alkalmi munkaterőt foglalkoztató intenzív kertészet esetében nem rossz teljesítmény a **8–10 milliós bevétel**. Pláne akkor, ha számításba vesszük, hogy nincs közbeékel kereskedő, és nem vagyunk kiszolgáltatva a piaci árulázmásnak. A www.biokutatas.hu oldalon többek közt ingyen letölthető a zöldségközösségek indításáról és működéséről szóló összefoglaló.

■ **Dezsény Zoltán, Réthy Katalin**
Ökológiai Mezőgazdasági
Kutatóintézet (ÖMKI)

A MAGYAR ZÖLDSÉGKÖZÖSSÉGEK JELLEMZŐI

területnagyság	2–8 ha a termelési intenzitástól és egyéb beszerzési forrásaiktól függően
tagok (vásárlók) száma	30–70 háztartás
szezon hossza	30–50 hét a tárolható/tartósított termékektől függően
1 hónapra jutó tagsági díj nagydoboz esetén	20–25 ezer Ft
dobozok tartalma	hetente egységes, az éppen betakarított terményeknek megfelelően
éves bruttó bevétel	6–10 millió Ft

ciális, szűk rés piacot céloznak meg. Ám a tapasztalatok alapján itthon is van igény a hagyományos „termelő-fogyasztó” viszonyt meghaladó kezdeményezésekre.

„A heti zöldségátvétel, a szezonlításához való igazodás számunkra is életritmusváltást jelentett. Továbbá főzési és vásárlási szokásainkat is felülírta” – mondja az Évkerék zöldségközösségének egyik vásárló tagja. „Ez először meglepetésszerűen ért, de az év során sikerült felnőni a

