

Almatermesztési és földolgozási tapasztalatok Mayenne megyéből

Az Agence Fargo-RDN sajtóügynökség és a Banque Populaire bank szervezésében került sor arra a sajtóútra, amin a bank által meghirdetett „Prix National de la Dynamique Agricole et de la Pêche” díjazottjainak egyike mutatkozott be a sajtó képviselőinek. Az idei versenyre összesen 182 pályázat érkezett be, ezek közül az „elődöntőbe” 28 jutott, közülük nyolcan kaptak díjat. A meglátogatott gazda tapasztalatait megítélésünk szerint érdemes a hazai alma- és körtetermelők minél szélesebb körével is megismertetni, mivel olyan szemléletet sugall, aminek adaptálása nagyban hozzájárulhat a magyarországi gyümölcsösök versenyképesebbé tételéhez.

A történelem és a hagyományok tisztelete kötelez



Eric Bordelet Mayenne megyében, [Charchigné](#) közelében gazdálkodik, ő a „valorizálás, innováció és szakmai tudás” (*valorisation, innovation et savoir-faire technique*) kategória nyertese lett. Alma- és körtebor alapanyag termesztésével és földolgozásával foglalkozik immár bő húsz éve, ám az idáig vezető út hosszú és göröngyös volt. Eric maga gazdálkodó családba született, szülei 1963-ban kezdtek gazdálkodni egy 45 hektáros birtokon, ahol

egy „kicsit minden” volt, azaz a hatvanas években megszokottak megfelelően szántóföldi növénytermesztéssel és állattenyésztéssel egyaránt foglalkoztak, ideértve valamennyi gyümölcs és zöldség előállítását is. A gazdaság helye viszont a történet folytatása szempontjából meghatározó volt: gyakorlatilag kerítésszomszédja volt [Mathilde de Montesquiou-Fézensac egykori kastélyának](#), pontosabban a romoknak – a korabeli [Hauteville-kastélyhoz](#) magához mintegy féltucatnyi gazdaság tartozott annak idején. A francia forradalom előestéjére elkészült kastély ugyan megmenekült a forradalom tüzétől, de 1922-ben egy véletlen baleset miatt leégett, gyakorlatilag csak a falai maradtak meg – és a pincéje. A tulajdonos nem építtette újjá a kastélyt, a környező erdőket és az évszázados bükk allét pedig az örökösök kivágatták, így szinte nem maradt semmi az utókornak.

A fiatal Eric Bordelet vendéglátó-ipari tanulmányokat kezdett, borászatra és borismeretre szakosodott, majd egy hosszabb skóciai szakmai gyakorlat és nyelvtanulás után ebben a szektorban is kezdett dolgozni, ami szintén meghatározó volt a későbbiekre nézve. Pályája kezdetén számos borással megismerkedett, elsajátította mindazt az ismeretanyagot, ami a valóban minőségi borokat megkülönbözteti a kommersz termékektől.

A fordulópont a kilencvenes évek elején következett be, amikor a szülők nyugdíjba mentek és el akarták adni a kivételes környezetben fekvő gazdaságot – ekkor döntött úgy, hogy somelier-i karrierjét föladvá gazdálkodni kezd. Igénybe vette a fiatal gazdálkodóknak járó támogatási lehetőségeket és úgy döntött, szőlész-borász ismereteit kamatoztatva a régióban jellegzetes alma- és körtebor előállításba fog. Valami igazán különlegeset akart, ami más, mint a többi, a piacon lévő hasonló termék, ezért az alapanyag-termeléstől a palackozásig kidolgozta saját technológiáját, amiben nagy segítségére voltak borász barátai. 15 év próbálkozás következett, mire tevékenysége rentábilis lett, mostanra pedig oda jutott, hogy realitássá vált a termelés bővítése. Tíz év kellett, hogy az alma- és körtebor előállítással kapcsolatosan saját maga által fölített kérdésekre választ kapjon, megoldást találjon. Míg az első 15 évben a feleségének könyvelőként kapott fizetésére is nagy szükség volt a család eltartásában – ekkorra lett ugyanis rentábilis a gazdaság, most már lehetősége van arra is,

hogy még a szülők által megvásárolt romkastélyt újjáépítse. Pontosabban a cél az, hogy a romok alatt eddig is használható állapotban megmaradt pincék fölött – amikben egyébként most csak *calvados*t érlel – a homlokzat megőrzésével egy modern, több szintes pincészetet alakítson ki. Csak így tudja a jelenleg évente átlagosan 90 ezer palackról – amit a melléképületekben elhelyezett gépsorokkal állít elő – tíz év alatt 200 ezerre növelni a biodinamikus gazdálkodásnak, a termőhelynek és a fajtaválasztéknak köszönhetően igazán egyedi ízvilágú alma- és körteborainak mennyiségét.

A minőségi alapanyag mindenképp előtt



Eric Bordelet szerint a minőségi termék lelkét a valóban minőségi alapanyag adja – ennek 95%-át maga termeli meg, a többit a környéken vásárolja föl, de még ez utóbbi is igen sajátos konstrukcióban történik. A gazdaságban 15 hektárnyi ültetvény van, ennek 40%-a körte, 60%-a alma, a művelés biodinamikus, a betakarítás szigorúan kézzel történik. Ennek oka, hogy a szőlészekről tanultak alapján úgy véli, minden lehetséges sérülést el kell kerülni a betakarított termésen, ha azt akarja, hogy az ezeken keresztül a gyümölcsbőr alá jutó kórokozók ne indítsanak el olyan erjedési, rothadási folyamatokat, amik a későbbiekben rossz irányba vinnék el a gyümölcsle erjedését. Az alma- és körtebor egyébként is sokkal érzékenyebb a bele kerülő nem kívánatos mikroorganizmusokra, mivel jóval alacsonyabb az alkoholtartalma, mint a szőlőből készült boroknak és egyéb alkoholtermékeknek. Az édes, félédes és száraz gyümölcsborai ugyanabból a kiindulási elegyből készülnek, csupán abban van különbség, hogy az erjedést megindulása után mennyi

idővel kerül sor a palackozásra.

A fajtaválaszték rendkívül széles – jelenleg mintegy húszat termel vagy vásárol föl, ezt a jövőben negyvenre szeretné emelni. Csak régi fajtákat termel, sokat már szinte nem is lehet máshol föllelni, csupa olyant, amit ezen a vidéken – azaz Bretagne és Pays-de-la-Loire régiók határán – évszázadok óta termesztettek. Nem akar abba a hibába esni, mint azok, akik mindig a legmodernebb fajtákat akarják termelni, hiszen ezek a fajták nem alkalmazkodtak az itteni klimatikus és talajadottságokhoz és ezért nem is tudják azt a minőséget adni, ami az ő boraihoz elengedhetetlen. Szerinte ezt a hibát 30-40 évvel ezelőtt a szőlészek és a gyümölcsstermesztők már elkövették és azóta sem tanultak-tanulnak belőle, sokkal inkább követi az öregeket, akik egy-egy almást 7-8 évtizedre, egy körtést több évszázadra telepítettek. A körte kapcsán idézte azt a helyi mondást, miszerint „*100 ans pour grandir, 100 ans pour produire, 100 ans pour mourir*” – azaz száz év kell, hogy igazán termőre forduljon egy körtés, száz évig terem nagyon jól és újabb száz év kell, hogy a hanyatló fázis végén elpusztuljon a fa. Almánál ez rövidebb, az öregek szerint 25-25-25 év, de szerinte legalább nyolcvan évet nyugodtan lehet tervezni egy jó almásra.

Vannak fajták, amik a cukrot, mások a savasságot adják, míg néhány másik a kesernyés ízt biztosítja, a bor alapanyagát az egyes fajtákból kinyert gyümölcsle erjesztés előtti házasításával kapja. Amiket nem tud maga megtermelni, azokhoz a gazdaságot körülvevő mintegy 20-25 négyzetkilométernyi zónában fölkeresik az idős fákat, megállapodik a tulajdonosokkal, hogy azok nem permetezik ezeket, majd saját alkalmazottaival elvégzi a

betakarítást. A szedést egy hat fős brigád végzi, az almát és körtét fajtánként külön-külön, számozott konténerekbe gyűjtik, és csak teljesen érett gyümölcsöt szednek. Ezért tart náluk a betakarítási időszak három hónapig, szeptember elejétől december elejéig, hiszen nem csak nem egyszerre érnek az egyes fajták, de minden egyes fához 3-4 naponta visszatérnek, hogy az időközben megérett gyümölcsöket leszedjék. Soha nem törekszik a termés szabályozására, meggyőződése, hagyni kell a természetet, hogy az elvégezze a munkát, amibe beletartozik az, hogy egyik évben a konvencionális felfogáshoz képest sok és apró gyümölcs terem – éppen ez adja a jó alapanyagot a borhoz -, míg másik évben inkább a vegetatív növekedés jellemzi a fát és jóval kevesebb gyümölcsöt ad. Ami pedig a kihozatalt illeti, átlagos évjárat esetében száz kilogramm almából 30-40 liter almalevet lehet kinyerni, ebből készül az a pezsgő gyümölcsbor, aminél az jelenti a legnagyobb szakmai kihívást, hogy „kordában tudja tartani a buborékokat” – ennek aprólékos kidolgozása tíz évébe került!

Sajátos kereskedelmi filozófia – a hosszú távra tervezés alapja

Eric Bordelet már fiatalon is úgy vélte, a termelő és a fogyasztó között túl sok a közvetítő, ezek számát egy ésszerű határ alá kell vinni, hogy mindenki megtalálhassa a számítását. Megítélése szerint ehhez mindenképpen minőségi terméket kell előállítani, szakítani kell a köztudatban lévő kategóriákkal, és időt kell hagyni ahhoz, hogy a „*suttogó propaganda*” megtegye a hatását – azaz az elégedett kliensek egymásnak adják az információt és erre alapozva lassan, de biztosan bővüljön a vevőköre. Ehhez természetesen elengedhetetlen, hogy folyamatosan kiváló minőséggel álljon a vevők rendelkezésére, azok pedig pozitívan értékeljék azt, hogy az egyes évjáratok között érdemi különbségek is lehetnek. Az adott éven belül előállított alma- és körteborok között is nagy különbségek lehetnek, hiszen a két régió közötti határ egyben valós geológiai határt is jelent: az alapanyag egy része olyan parcellákról érkezik, ahol az alapkőzet lazább pala, míg más termőhelyek alapkőzetében már jelentős mennyiségű gránit is található, itt a fák eleve zordabb körülmények között fejlődnek és karakteresebb termést adnak. Noha nem ismeretlen, hogy az almát és körtét keverve állítanak elő gyümölcsbort, ő következetesen kitarat amellet, hogy a két faj gyümölcsseit sosem elegyíti. A körte ugyanis egészen más gyümölcsbort ad, mint az alma – míg ez utóbbié szép sárga színű, lágyabb, a körtéé a gyümölcs sajátosságai miatt világosabb, a magasabb savtartalom miatt karakteresebb, az eltérő cukor-összetétel okán pedig egészen más érzetet kelt kóstoláskor a bora.

Úgy véli, a mai kor igényes fogyasztóit sikerrel meg lehet nyerni a modern és a tradicionális elemek ötvözésével, ami számára egyébként is örömet jelent. Ez tükröződik vissza a palackok címkéin is, hiszen nem „*cidre*” (azaz almabor) szerepel rajtuk, hanem az archívumokban föllelt régies írásmód szerinti „*sidre*”, a különleges belbecsű palackokon pedig „*sydre*”. Hasonló ötletekkel a borászok is élnek, kiváló marketing-eszközt jelent, ami már sok esetben bizonyított.

Hogy ez a fajta üzleti filozófia szerencsés választás volt, mi sem bizonyítja jobban, mint a szépen bővülő export az USA-ba, Ausztráliába és Japánba, most indulnak az első – minden termékéből mintákat tartalmazó – raklapok Brazíliába és Dél-Afrikába. Sosem akar agresszíven betörni egy-egy piacra és ott minél előbb nagy mennyiséget eladni, sokkal inkább arra törekszik, hogy időt hagyjon a majdani vevőknek arra, hogy megismerjék a gyümölcsborait és valóban abbéli meggyőződésből rendeljenek, hogy egy igazán különleges áruhoz jutnak így hozzá. A palackok minőségtől függően 7-15 eurós áron kelnek el, értékesítési problémái nincsenek – ez annak fényében különösen fontos tény, hogy a „*kommersz*” almaborokat két euró körüli áron már meg lehet kapni a boltokban.

Mint megfogalmazta, a legnagyobb kihívás számára az, hogy bebizonyítsa, olyan áron tudja értékesíteni ezeket a valóban minőségi termékeket, amin keresztül megtérül az a rengeteg

munka és szakmai ráfordítás, amit a kifejlesztésükre fordított és mindebből tisztességgel meg is lehet élni. Úgy tűnik, 15 év hite és kitartása meghozta a gyümölcsét...

Innováció minden téren

Ahogy a minőségi belbecshez, úgy a külsínhez is komoly innovatív hajlamra volt szüksége Eric Bordelet-nek, csak így tudta kialakítani azt a termékpalettát, ami hosszú távra is biztosítani tudja a gazdaság talpon maradását. Ha viszont bővíteni akarja a termelést, mindenképpen további piacokra lesz szüksége, hiszen nem csak nagyobb mennyiséget kell eladnia, de meg kell dupláznia az alkalmazottak létszámát is – ehhez pedig a termékkála bővítését is fontolóra kell vennie. Éppen ezért döntött úgy, hogy az ilyen termékekre jóval nyitottabb amerikai piacon megjelenik egy öt literes fémhordós almaborral, ami társasági rendezvényeken, családi, baráti eseményeken jelenthet jó alternatívát a többi italnak. Leginkább a gondolat volt innovatív, mivel a technika maga létezik: egy kipróbált német gyártású hordó a hozzá tartozó, szándioxid-patronos fejjel – a kis hordós almabor viszont a piacon mindeddig ismeretlen volt. Tapasztalatai szerint lassan, de biztosan el lehet fogadtatni a terméket a francia fogyasztókkal is, ám az amerikai piac jóval nyitottabb és fogékonyabb erre az újításra,



ami a kiszerelés mellett csak annyiban tér el a klasszikus almaboroktól, hogy készítésekor valamivel több kesernyés almát használ, mint a többinél.

Részben ide tartozik a bio minősítés kérdése is – szerinte a biogazdálkodók körében nagyon sok olyan gazda van, akik teljesen befelé fordulnak, nem nyitnak a világra, nem értik meg, hogy a biotermelés önmagában nem elegendő, élénken kell követni a piac minden megnyilvánulását és azokra választ kell tudni adni – ez sem megy folyamatos innováció nélkül.

Amit egyelőre nem sokan hisznek el az almabor-vásárlók közül, az a szőlészetben már régóta ismert – ugyanis hasonlóan a borhoz, az alma- és körtebort is lehet, sőt érdemes érlelni – az igazán jól elkészítettekkel akár tíz évet is lehet várni, míg kinyitják.

Mindig jobb minőséget ad a földrajzi eredetvédelem?

Szögezzük le – általában igen, sőt minden esetben kiváló és stabil minőséget jelez a földrajzi eredetvédelmet tanúsító logó, pontosabban ez ennek megszerzéséhez szükséges termelői charta lelkiismeretes betartása. Ahogy azonban Eric Bordelet nem szívesen használja a magas és alacsony minőségi kategóriát (*haute gamme, basse gamme*) – helyette a gasztronómiai termék-szomjoltó termék (*produit de gastronomie, produit de soif*) kategóriába sorolja be a borait, sajátosan gondolkodik a földrajzi eredetvédelemről is. Szigorúan az almabornál maradván úgy látja, a charta nagyon sok olyan megkötést tartalmaz – kezdve a fajtahasználattól –, ami lehetetlenné teszi számára a lehető legmagasabb minőség, az igazán harmonikus ízvilág elérését. Ezért döntött úgy, hogy nem lép be az eredetvédett almabort előállító gazdák körébe, hanem a logó nélkül építi saját és termékei imázsát. Mint mondja, ez számára valahol nagyobb kockázatot jelent, ugyanakkor kihívás is, hiszen az ismert védjegy használata nélkül kell kivívnia a fogyasztók elismerését és megbecsülését, nem engedheti meg magának, hogy bármikor is rosszabb minőségű terméket állítson elő. Különösen egy olyan cikk esetében, amit a fogyasztók hajlamosak két szélsőséges kategóriába besorolni – az ipari gyártásúba és a kistermelőibe, értelemszerűen az elsőt a kommersz, a másodikat a minőségi terméként azonosítva. A helyzetet bonyolítja, hogy szerinte ez utóbbiban is két végletet lehet találni: itt

vannak a világ legjobb, de a legrosszabb almaborai is. Aki nem tud jó almabort készíteni, az legtöbbször a higiéniai feltételeket nem biztosítja – két tétel palackozása között Eric Bordelet és munkatársai akár két napig is takarítanak, szerintük csak így lehet a kifogástalan minőséget garantálni. Amit ő termel, az gyakorlatilag a „*méthode champenoise*” egyes elemeinek alkalmazásával előállított, harmonikus ízvilágú termékcsalád (*Champagne-ban használt parafadugókkal lezárt, egyedi szín- és formavilágú, kifejezetten neki készített olasz üvegekbe töltve*), ahol a fogyasztó először az ízeket és az illatot érzi, a szénsav csak a kellemes érzetet növelő, diszkrét buborékok képében van jelen, míg a valóban kommersz termékeknél a szénsav szinte minden ízt elnyom.

Egészen más feltételrendszerrel kell szembesülnie az általa termelt calvados, azaz almapálinka esetében, ahol belátta, sokkal jobban jár, ha vállalja az eredetvédelemmel kapcsolatos kötıtségeket és valódi calvadossal jelenhet meg a piacon, mintha egyszerű és nevenincs almapálinkát kínál a vevőknek. Már csak azért is, mert nagyon komolyan veszi azt, hogy a calvadosnak valóban a sok évszázados tapasztalat útján kikristályosodott technológiával kell készülnie, amihez hozzá tartozik a vízfürdős bepárlás (azaz nem közvetlenül a rézüstöt fűtik, hanem az azt melegítő vizet), a kétszeri kifőzés és a legalább húsz évig történő érlelés. Az első főzésnél 55%-os alkohollal „indítanak”, majd az idő előre haladtával egyre „hígabb” párlat kondenzálódik az „*alambic*”-ban – mikor eléri a 15%-ot, befejezik az első lépést, az így kapott pálinka átlagos alkohol-tartalma pedig 30% körül van. Ezt vetik alá egy második bepárlásnak, aminek a végeredménye egy 70%-os friss *calvados*, ami tölgyfahordókba kerül, legalább 20 évre. Minden évben a párolgás miatt legalább 1 százalékponttal esik az alkoholtartalom, ez az úgynevezett „angyalok része” (*part des anges*) – ezt a kifejezést használják a *cognac* és az *armagnac* esetében is -, míg az érés végére eléri a 45%-os mértéket. Az így kapott *calvados* méltó a hírnevére, selymes, lágy, mellékíz nélküli ital, ami nem tartalmaz sem hozzáadott vizet, sem alkoholt, de karamellt sem, amivel egyesek a színt beállítják...

Somogyi Norbert, Párizs