

ANUGA, Nemzetközi élelmiszer szakkiállítás
(Köln, 2011. október 8-12.)

A kiállítás megnyitásához kapcsolódott egynapos látogatásom tapasztalatai az alábbiakban foglalhatók össze:

A kétévenként megrendezésre kerülő **kölni ANUGA a világ legnagyobb élelmiszer szakkiállítása**. Az idén október 8-12. között 31. alkalommal tartott nagyszabású eseményen 100 országból, összesen 6.596 kiállító vett részt, 284 ezer m² területen. A szakmai látogatók száma meghaladta a 155 ezret. Gyakorlatilag 10 szakkiállítás egyidejű megrendezéséről („Tíz szakkiállítás egy fedél alatt”) volt szó (hús, tej, hűtőipari termékek, italok, biotermékek, Fine Food, Food Service stb.). Amellett egy sor kísérő rendezvényt, nemzetközi szakmai fórumot is tartottak.

Az ANUGA nemzetközi jellegét jól mutatja, hogy mind a kiállító cégek, mind a látogatók többsége külföldről érkezett. Az előbbieknél az arányuk 86 %, az utóbbiaknál 62 % volt. A legtöbb kiállító Olaszországot képviselte, amelyik az idén az ANUGA kiemelt partnerországa volt. Az olasz kiállítók imponálóan nagy száma (1.057) jóval meghaladta a hazaiakét (894). A külföldiek közül sorrendben Spanyolország következett (467), majd minden korábbihoz viszonyítva nagyobb számban Kínából (407). Nagyon erős volt még a hagyományos francia (262), holland (214) és görög (211) részvétel is. Térségünk országai közül kiemelkedett Lengyelország, 130 kiállítójával, a magyar cégek száma 38 volt, aminél több volt a bolgár (47), és valamivel kevesebb a cseh (34).

Az október 8-i **megnyitóünnepségen** Köln város főpolgármestere, a Koelmesse felügyelőbizottságának elnöke, Jürgen Roters, a Német Élelmiszeripari Szövetség (BVE) elnöke, Jürgen Abraham, a Német Élelmiszerkereskedők Szövetség (BVL) elnöke, Friedhelm Dornseifer, valamint az olasz mezőgazdasági, élelmezési és erdészet-politikai miniszter, Francesco Saverio Romano mondott rövid köszöntőt. A kiállítást a szövetségi külügyminiszter, Dr. Guido Westerwelle nyitotta meg. A mintegy 500 fős megnyitón elhangzottak közül az alábbiak érdemelnek kiemelés:

A minőség és az élelmiszer-, illetve élelmezésbiztonság fontosságát szinte mindegyik előadó aláhúzta. A **BVE elnöke** azt is kiemelte, hogy a „Made in Germany” élelmiszerek az egész világon keresettek, Az élelmiszeripar bevételének egyre nagyobb hányada a külpiaci értékesítésből származik. Az jelenleg már 28 %. Az idei első háromnegyedév adatai szerint, az összes eladás 122,0 Mrd €-t tett ki, ami reálértékben 2,4 %-os növekedést jelent. Az elnök utalt arra, hogy a német közvélemény inkább kritikusan ítéli meg az élelmiszeripart, annak ellenére, hogy mintegy 160 ezer féle magas minőségű és biztonságos árucikket kínál, kedvező áron. Ahhoz kapcsolódóan felhívta a figyelmet a fenntartható élelmiszertermelés világszerte jelentkező nagy kihívására, hogy a Földön a jelenlegi 7 milliárd emberből is 1 Mrd éhezik, miközben 2050 körül már 9 Mrd ember biztonságos élelmiszerellátását kellene biztosítani.

A **BVL elnöke** azt emelte ki, hogy a kereskedelem és a politika egyetért abban, hogy az élelmiszerek nagyobb megbecsülést kapjanak. Azt azzal összefüggésben említette, hogy egyedül Németországban, évente mintegy 25 Mrd € értékben, fejenként 80 kg élelmiszer megy veszendőbe, szemétté kerül. Szerinte abban a kereskedelem felelőssége jóval kisebb, mint ami arról a közvéleményben él. A kiskereskedők szövetségének elnöke pozitív tendenciának tartja, hogy megállt a diszkont láncok előretörése, múlt évben 0,1 %-kal, 44,8 %-ra mérséklődött. Egyidejűleg a szupermarketek részesedése egy év alatt 0,4 %-kal, 27,6 %-ra nőtt. Mindez szerinte azt jelzi, hogy nőtt a vásárlók „minőség tudatossága”.

Az **olasz szakminiszter** az országában mind jobban fejlődő élelmiszeripar jelentőségét emelte ki. Olaszország kulináris jó hírneve erősítésének tekinti az ANUGA-n a partnerországi státuszt, amelyhez méltó keretet ad a több mint ezer olasz kiállító széleskörű bemutatója.

A **német külügyminiszter** is szólt az élelmiszerek nagyobb megbecsülésének a szükségességéről. Kiemelte, hogy a német élelmiszeripar jellemzően kis- és középüzemekből áll, amelyek külpiaci tevékenységének segítése a Külügyminisztérium, illetőleg az egyes nagykövetségek részéről mind inkább előtérbe kerül. Utalt a világban végbemenő nagy politikai és gazdasági változásokra, felhívva a figyelmet az új regionális szövetségi rendszerekre, integrációs folyamatokra. Aláhúzta a nemzetközi együttműködés, a kapcsolatok erősítésének, az új realitások figyelembevételének a szükségességét. Utalt arra, hogy a néhány éve még fejlődőnek számító országok, mint Kína, Brazília és India mára már gazdasági értelemben is az „első ligába” kerültek, mind meghatározóbbak a világgazdaság fejlődése szempontjából, és utánuk akár 10 éven belül is olyan országokkal is számolni kell mint Törökország, vagy Vietnam. Kihangsúlyozta az európai összefogás elengedhetlenségét is.

Megemlítem, hogy **hízott liba- és kacsamáj termékek** több francia cég bemutatóján szerepeltek. *Mint ismeretes, a Kölni Vásár az állatvédő szervezetek nyomására hivatkozással betiltotta, hogy azok a termékek megjelenhessenek a kiállításon. Az erős francia, és magyar tiltakozás hatására is, végül olyan döntés született, hogy a cégek árukatalógusában nem szabad feltüntetni, de bemutatni lehet azokat.* A Négy Mancs és más szervezetek azzal vádolták meg a Vásárvezetést, hogy nem tartották be az ígéretüket. A kiállítás ideje alatt tiltakoztak is a tömés ellen, olyan jelmonddal, hogy a „Foie Gras nem delikatesz, hanem diagnózis”, többek között nagyméretűre felfújt műanyag kacsával, videofelvételekkel különböző baromfitartó telepekről.

A **magyar kiállítói jelenlét**, annak ellenére, hogy az idén nem volt AMC közösségi stand, szám szerint nem volt jelentéktelen. Az összesen 38 kiállító cég - jóllehet kevesebb volt, mint két évvel korábban, vagy azt megelőző alkalomkor - összességében az élelmiszeripar szinte valamennyi fontos területére kiterjedt. A kiállítói terület összesen nem haladta meg a 700 m²-t. Jelentősebbnek bizonyult a megjelenésünk a hűtőipari, a húskészítmény és az általános élelmiszer csarnokokban.

A magyar kiállító cégek több mint a felének a képviselőjével folytattam rövid megbeszéléseket. Többségük hiányolta a közösségi támogatott megjelenést, az AMC

koordinációját. Néhányan elmondták, hogy Németország nem a legfontosabb felvevőpiacuk, de meg kell jelenni, mert a külföldi üzleti partnereik is jelen vannak. Általában nem tekintik komoly cégnek azt, amelyik távol marad a világ legnagyobb élelmiszeripari seregszemléjéről. Több cég választotta azt a költségtakarékos módot, hogy másik magyar céggel, vagy cégekkel megosztott standot bérelt.

Más országokkal összehasonlítva feltűnt, hogy a magyar meglehetősen „eklektikusnak” bizonyult. Sok kiállításon alig lehetett felismerni, hogy magyar cégről van szó. Más országoknál, az eltérő profilok miatt más-más csarnokban elhelyezés ellenére az ország-megjelölés feltűnő módon kihangsúlyozásra került, továbbá az egyes standok szerkezetében, kialakításában is tapasztalható volt egységesítési törekvés. A 11 csarnokban szétszórtan megjelenő magyar kiállítási standokon ritkán lehetett találni Magyarországra utaló jelet. Például a nemzeti színek hiánya volt a jellemző, sokszor csak a cég honlapjának a feltüntetésénél a „hu” , vagy egy-egy felirat, termék csomagolás utalt a magyar eredetre, néhol az AMC A4 lapméretű matricája, amely utóbbit csak azon kevesek tudták azonosítani, akik ismerik. Gyakorlatilag a hűtőipari kiállítási résznél volt messziről jól látható, a stand tetején kivilágított „Ungarn” jelölés és nemzeti színek.

Már korábbi németországi szakkiállításokon is szembeűnő volt a mind erőteljesebb lengyel megjelenés. Tapasztalataim szerint, régebben a magyar jelenlét jóval színvonalasabbnak bizonyult. Ez az előnyünk eltűnt. Lengyelország nyilvánvalóan több közösségi támogatást biztosít a cégeinek. Az idei ANUGA-n, nem csak szám szerint jóval több lengyel kiállítóval lehetett találkozni *(több mint háromszor annyi, mint a magyar)*, hanem azok egységesebb megjelenésben, összességében is magasabb színvonalúak voltak. *(Öt Kelet-lengyelországi vajdaság 20 cége például egy nagy közös standon állított ki, a makro régiós élelmiszerek kóstolójával és élőzenei háttérrel kiegészítve.)*

Berlin, 2011. október 21.

Dr. Sulyok Ferenc
nköv. tanácsos