

2015. január

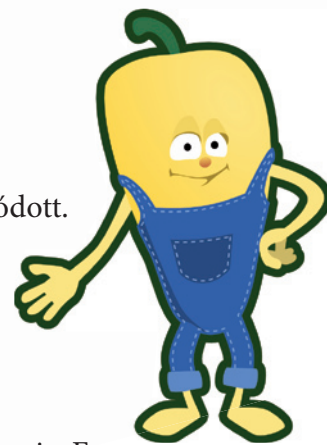
Eredményekben gazdag



Boldog
Uj
Évet
Kívánunk!

2015

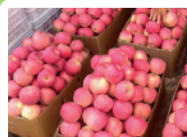
Híreink



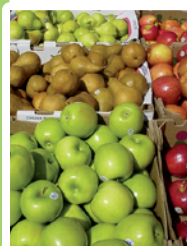
A magyar mezőgazdaság teljesítményének növekedése 2014-ben is folytatódott. Az előzetes adatok ugyanis azt mutatják, hogy a teljes mezőgazdasági kibocsátás némileg meghaladhatja a múlt évi 2300 milliárd forintos szintet. Az ágazat exportteljesítménye pedig a tavalyihoz hasonlóan 8 milliárd euró körül mozoghat. Az elmúlt időszakban érezhetően nőtt a Magyarországon előállított élelmiszerek belföldi fogyasztása is. (www.kormany.hu)



Dél-Afrikában idén a szokásosnál korábban kezdődött a csonthéjasok szezonja. Ez a kisebb és kevésbé édes gyümölcsök (sárgabarack, szilva) miatt nem jelent előnyt az országnak, csak az ország importja esett vissza tőle, és az őszibarack vált népszerűvé a téli Európában. Ebből viszont még nincs elég a faiskolákban... (www.freshplaza.com)



2010-ben Kína 33 millió tonna almát termelt, a világ termelésének közel felét. A második Egyesült Államok 4,2 millió tonna almát állított elő, de Kína nagy belső fogyasztása miatt az USA a legnagyobb exportőr. Most a két ország élelmiszer-minőség ellenőrző intézete egyezkedik arról, hogyan lehetne könnyebb a ki- és bevétel a határokon át. (www.politico.com)



Argentína biztos volt benne, hogy almájával és körtéjével betörhet az EU elől lezárt orosz gyümölcspiacra. A rubel árfolyama azonban 50%-kal, az EURO-é is 10%-kal csökkent, ezért félő, hogy az oroszok az eredetileg Európának szánt gyümölcsöt sem fogják megvenni, Európának pedig megmarad, amit megtermelt. Ezért csak Rio Negro tartományban 1,7 millió tonna alma és körte keresi a fogyasztóját. Az argentin termelők mintegy 200 millió dollár veszteség elé néznek. A chilei termést ugyan fagykárak érték, de számukra nem fontos az orosz piac: már jelezték, hogy csak az előre kifizetett árut indítják útnak. Ők az olcsó dollár miatt nyugodt értékesítésre számítanak. (www.freshplaza.com)



Takayoshi Tanizawa megzavarodott, amikor főnöke a Panasonic-nál közölte vele, hogy a masszázsstékek után a spenót lesz a következő fejlesztési programja. A négy évvel ezelőtti esemény után most a Panasonic is beszállt a számítógép-vezérelt zöldségtermesztésbe. Ez is csak szelepek és motorok kapcsolgatása – mondja a fejlesztő. A spenót után más termékekkel is kísérletekbe kezdenek. (www.asianewsnet.net)



A fejlett világ nagy része ma szupermarketekből szerzi be az élelmiszerek jelentős részét, ezért többnyire mesterségesen érlelt, tartósított ételt fogyaszt. Ezt felismerve, világszerte a vásárlók egyre növekvő részének lenne igénye egészséges élelmiszerekre. Mindeközben a minőségi élelmiszereket előállító kistermelők nem tudnak versenyezni a tömegtermelt élelmiszerek dömping áraival, nehezen felelnek meg a kereskedelmi láncok elvárásainak, így nem tudnak bekerülni a boltok polcaira. A magyar www.30km.hu alkalmazás segít megtalálni Magyarországon a hozzád legközelebbi termelőket, hogy helyben szerezhesd be a neked fontos mezőgazdasági termékeket. (www.30km.hu)



Bulgáriában késik az EU-s vidékfejlesztési program, közben annak pénzalapja is fogy, és ennek is köszönhetően a földek ára egyre alacsonyabb. Emellett 2014-ben tavaszi fagyok, nyári viharok fogyasztották a termést, amelynek jövedelmezősége legalább 30%-kal kevesebb az egy évvel korábinál. (frognews.bg)



Dániában azzal igyekeznek segíteni a helyi termékek fogyasztását, hogy hivatkoznak állami intézetük mérési eredményeire: a nem-bio termékek sokkal kevesebb rovarirtó szert tartalmaznak, mint a hasonló import zöldségek és gyümölcsök. Az organikus termékekben egyáltalán nincs szermaradvány. (cphpost.dk)



A klorofill érzékeny az oxigén-szintre és a stresszre, azaz fontos visszajelzést képes adni a gyümölcs érettségéről. Ha tudjuk, hogy mit jelent ez az almánál, a klorofill-tartalom mérése folyamatos információkat ad a gyümölcs eltarthatóságáról. A mérőeszközt és az alma-kezelő rendszert a holland Besseling Group fejlesztte. (besseling-group.com)



Az európai embargó miatt Oroszország megnövelte török importját üvegházás zöldségek terén. Mint igényes vevő, rászorítja a törököket arra, hogy betartsák a növény-egészségügyi szabványokat. Ezzel nemcsak a színvonalat növeli, de segíti a biológiai védekezéssel foglalkozó cégek törökországi munkáját. (www.biobest.be)

Szubjektív

Pink Lady



A Pink Lady a mai idők legsikeresebb klubalmája. A termelése és az eladása egyaránt töretlenül növekszik. Vajon mitől olyan sikeres ez a fajta?

A Pink Lady Europe szerint az alma sikere a tulajdonságainak köszönhető. A feltűnő megjelenés, forma, illat, íz és tapintás: ezek teszik a fajtát Európa egyik legkedveltebb gyümölcsévé. A francia CTIFL tanulmánya szintén azt mutatta ki, hogy ez a gyerekek kedvence az íze és megjelenése miatt. A franciák szerint a tartós siker a húséges szurkolóknak is köszönhető. A vevők elégedettek a Pink Lady értékeivel.

A Pink Lady története Ausztráliában kezdődik. A fajtát John Cripps termelő állította elő a Lady Williams és a Golden Delicious fajtákból. Az akkor még Cripps Pinknek nevezett alma első szürete 1979-ben történt, és további válogatások után 1992-ben jegyezték be önálló fajtaként. Ma több, mint 80 országban bejegyzett fajta, és továbbra is csak a Cripps Pink legjobbjai nevezhetők Pink Lady®-nek. A név kétségtelenül Cripps egyik kedvelt novellájából származik (Nicholas Montsarrat: *The Cruel Sea* (1951)), amelyben a főhős kedvenc koktéjja a Pink Lady. A Rosy Glow alma a Cripps Pink természetes mutációja, amely szintén a Pink Lady család része lett. A Cripps Pink ma a 13. leggyakoribb alma a világon (Kína termelését nem számítva), és 2020-ra várhatóan eléri a 9. helyet.

A Pink Lady mintegy 200 napos érési időt és sok meleget igényel. Első a virágzásban, utolsó a szedésben. Vezető termelők az északi féltekén Kanada és az Egyesült Államok, a déli féltekén Ausztrália mellett csaknem minden almatermelő ország. 2015-re 150.000 tonna termés várható, 20%-kal nagyobb a korábbi évinél. Északon a szezonja novembertől májusig tart.

Európában a termelési jog a Star Fruits kezében van. Ez egy termelői csoport, amely a fajtát kizárólagosan képviseli Európában. A Star Fruits kezeli a szaporító anyagot, és meghatározza az európai termesztési politikát. A Star Fruits kezében vannak a kereskedelmi engedélyek is: 14 licencet adott ki a három termelő országban.

A Pink Lady a professzionális termelők szenvedélyeként jelenik meg a kampányban: termesztése nemcsak talajt és időjárást, hanem szakértelmet és sok kézi munkát, odafigyelést is igényel. Európában 2827 francia, olasz és spanyol ültetvényen termesztik, mintegy 10000 embernek biztosítva igényes kerti munkát.

Az Egyesült Királyságban a Pink Lady fokozottan népszerű, az alma-piac 11%-át szerezte meg. 1992-ben érkezett ide először 500 doboz ebből a fajtából. A jogtulajdonos Coregeo ma évente 3,5 millió rekesszel ad el belőle. Igen erős a fajta marketingje szerte az országban. A Pink Lady Európa szerint az alma Angliában felülmúlta a várakozásokat: a második legtöbbet fogyasztott fajtává vált. Hatalmas a média érdeklődése is, de az áruházláncok is reklámozzák. Emellett az alma sajátosságai: a jellemző szín, forma és illat, a gyümölcsös, ropogós hús és a jó íz pontosan megfelelnek az angolok ízlésének.

Ma Európában az Egyesült Királyság, a termelő országok és Belgium után a Pink Lady fő célországa Németország. Az újonnan megcélzott piacok pedig: Ázsia és a Közel-Kelet.

www.apple-pinklady.com



www.facebook.com/itotechnik

www.itotechnik.hu

