

OTDK-DOLGOZAT

Kovács Vilmos Gergő

BA

2013

**A MAGYARORSZÁGI PÁLINKATURIZMUS SZÜLETÉSE ÉS
PERSPEKTÍVÁI**

**BIRTH AND PERSPECTIVES OF PÁLINKATOURISM IN
HUNGARY**

Kovács Vilmos Gergő

Kézirat lezárva: 2011. október 26.

TARTALOMJEGYZÉK

1.	BEVEZETÉS	1
2.	IRODALMI ÁTTEKINTÉS	2
2.1.	EURÓPAI UNIÓS TÉRSÉGI LEHATÁROLÁS.....	2
2.2.	A TURIZMUS GAZDASÁGI JELENTŐSÉGE MAGYARORSZÁGON	2
2.3.	TURIZMUS TERÜLETI RENDSZERE	3
2.4.	A PÁLINKA TÖRTÉNETE	3
2.5.	A FŐZŐBERENDEZÉSEK FEJLŐDÉSE	6
2.6.	A CEFRÉZÉS ÉS LEPÁRLÁS MŰVÉSZETE	8
2.7.	A KULTÚRA ÉS A TURIZMUS KAPCSOLATA	11
3.	ANYAG ÉS MÓDSZER, SAJÁT VIZSGÁLAT.....	13
3.1.	ELSŐDLEGES FORRÁSOK ELEMZÉSE	13
3.2.	MINI MÉLYINTERJÚ	21
4.	EREDMÉNYEK	24
4.1.	FESZTIVÁLOK, VERSENYEK	24
4.2.	ÚJ TERMÉKEK ÉS INNOVÁCIÓK.....	26
4.3.	MARKETING	29
4.4.	KÓSTOLÓHÁZAK ÉS LÁTOGATÓKÖZPONTOK	31
4.5.	PÁLINKÁS SZERVEZETEK.....	33
4.6.	EURÓPA ASZTALÁN	35
4.7.	ASZTALI ÉS BARÁTI ÖRÖMÖK	36
4.8.	TÁMOGATÁSOK, PÁLYÁZATOK	38
4.9.	A PÁLINKA JOGVISZONYA	39
4.10.	EREDETVÉDETT PÁLINKÁINK	43
4.11.	A PÁLINKÁVAL KAPCSOLAT BELSŐ PROBLÉMÁK.....	44
4.12.	NEMZETKÖZI EXPANZIÓ	46
5.	KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK.....	48
5.1.	JAVASLATOK A PÁLINKATURIZMUS FEJLESZTÉSÉHEZ.....	49
6.	ÖSSZEFOGLALÁS	53
7.	IRODALOMJEGYZÉK	54
MELLÉKLETEK.....		I
1.	MELLÉKLET: HAGYOMÁNYOS PÁLINKÁS ÜVEGEK (FORRÁS: SAJÁT KÉSZÍTÉS 2011).....	II
2.	MELLÉKLET: KÜLÖNLEGESEBB PÁLINKÁS ÜVEGEK	III
3.	MELLÉKLET: KÓSTOLÓHÁZAK	IV
4.	MELLÉKLET: KÉRDŐÍV	IV
5.	MELLÉKLET: MAGYARORSZÁG EREDETVÉDETT PÁLINKA TÉRKÉPE	VIII

TÁBLÁZAT- ÉS ÁBRAJEGYZÉK

1. ábra	Kis-székes módszer	6
2. ábra	Pálinkafőző kunyhó	7
3. ábra	Dúsítótornyos pálinkafőző.....	10
4. ábra	Kisüsti pálinkafőző	10
5. ábra	Nemek szerinti megoszlás	14
6. ábra	Manufaktúrák ismertsége	14
7. ábra	A már kóstolt pálinka gyümölcsének vizsgálata	15
8. ábra	Típusok ismertségének vizsgálata	16
9. ábra	Pálinkafesztivál ismertségének vizsgálata.....	17
10. ábra	Fesztiválról való informálódás vizsgálata	17
11. ábra	Fesztivál látogatottságának vizsgálata.....	18
12. ábra	A fesztiválok nem látogatottságának okai	18
13. ábra	Költési hajlandóság vizsgálata.....	19
14. ábra	Fogyasztási szokások vizsgálata.....	20
15. ábra	Ajándékozási kedv vizsgálata.....	20
16. ábra	Zsolnay porcelán butella, Újfehértói Fürtös meggypálinkával töltve	27
17. ábra	Pálinkával töltött bonbon.....	28
18. ábra	Zsindelyes Meggy ecet	28
19. ábra	Pálinkás pohár (Tulipán pohár)	36

1. BEVEZETÉS

Témaválasztásom okának indoklásáért elsősorban a választott téma aktualitását és napjaink turizmusában betöltött egyre jelentősebb szerepét hoznám fel.

Kutatásom során sűrűn szembesültem azzal, hogy ezen témakörön belül szakirodalom még igen kevés számban lelhető fel, s ezek többségében online fellelhető cikkek. Tehát kutatásom nagy része saját megfigyelésekből állt.

A magyarországi pálinkaturizmus egyelőre még „újszülött” turizmusfajta. Emellett egy komplex rendszer része is, miközben más számos turisztikai termék társaságában találkozhattunk eddig is vele.

2002 az újjáéledés éve, amikor is törvénybe foglalták a ma is ismert pálinka kereteit. Ennek következményeképp később nemzeti, majd európai oltalom alá került. 2011-ben pedig már ott tartunk, hogy az emberek nem azt kérdezik „Mi ez?”, hanem céltudatosan választanak a széles kínálatból, a pálinkafesztiválokon is egyre több látogató jelenik meg, legyen az a rendezvény a fővárosban, akár vidéken. Az ország párlatkínálata évről-évre növekszik, a főzdek áldásos munkájának köszönhetően és a folyamatos innovációknak hála a hazai piacon folyamatosan jelennek meg az újdonságok.

A hazai top-prémium pálinkák nem csak itthon állják meg helyüket a párlatversenyeken, hanem a nemzetközi megmérettetésekről sem térnek haza érem nélkül.

Jelen pályamunkámban azt vizsgálom milyen irányba halad a pálinkaturizmus, mely más területek hibáiból kell tanulnia a siker érdekében és eleddig milyen területek épültek ki. Ebben a Békési Pálinkárium volt segítségemre.

2. IRODALMI ÁTTEKINTÉS

2.1. EURÓPAI UNIÓS TÉRSÉGI LEHATÁROLÁS

A maastrichti szerződés hatására megalkották az úgynevezett NUTS (Statisztikai Célú Területi Egységek Nomenklatúrája) osztályozást az Európai Unió tagállamaiban. Az egyes tagok javaslatai alapján sorolták be a közigazgatási egységeiket a területi statisztikai egységek hierarchikus rendszerébe. A rendszer megalkotásának célja az volt, hogy a különböző tagországokban azonos szintre besorolt területek hasonló területi folyamatoknak legyenek színterei. Négy regionális és két lokális szintet különböztetünk meg.

- A NUTS 0 az egész országot lefedi;
- A NUTS 1 a makro régiókat jelenti, melyek 3 részre bontják Magyarországot (Közép-Mo., Dunántúl, Alföld és északi rész);
- A NUTS 2 az országon belül kialakított régiók szintje, mely az Uniós források nagy részének eloszlási szintje, hazánkban 7 régió található, melyek a következők: **Észak-magyarországi, Észak-alföldi, Dél-alföldi, Közép-magyarországi, Közép-dunántúli, Dél-dunántúli és Nyugat-dunántúli.**
- A NUTS 3 jelöli a megyéket, jelenleg 19 megyénk és Budapest található ezen a szinten;
- A NUTS 4 a statisztikai kistérségek szintje, melyekből jelenleg 174 található;
- A NUTS 5 pedig a legkisebb területi egységet jelöli, ez a település szint.¹

2.2. A TURIZMUS GAZDASÁGI JELENTŐSÉGE MAGYARORSZÁGON

Az idegenforgalomba történő fokozottabb bekapcsolódás lenne az egyik kiugrási esély hazánknak. Jelenleg a GDP 4-5%-át adja a turizmus, ami növelhető lenne az idegenforgalom feltételeinek javításával, szállodahálózat, infrastruktúra folyamatos fejlesztésével, vonzó rendezvényekkel, jobb propagandával és a külföldiek udvariasabb és szakszerűbb ellátásával. A magyar idegenforgalom fejlődésének fontos eredménye, hogy a devi-

¹ Forman, 2003

zamérlege aktív volt, vagyis a külföldi vendégek itthoni költsége meghaladta a külföldre utazó magyarok kiadásait.²

2.3. TURIZMUS TERÜLETI RENDSZERE

A tervezési-statisztikai régió és a kistérség területfejlesztési szintként, vagyis politikai beavatkozásként jelenik meg, addig az üdülőkörzet és az idegenforgalmi régió olyan funkcionális szinteket képvisel, amellyel találkozhatunk a turizmus napi gyakorlatában, vendéglátásban és a keresletet befolyásoló köztudatban.

A két szint közötti különbség abban nyilvánul meg, hogy amíg a területfejlesztési szint a gazdaság-társadalmi felzárkózást komplex megközelítésben, addig az utóbbi egy funkcióra koncentrálva gondolja végig. A két szint között természetesen van átjárhatóság, amit a turizmus egyes funkcionális területei hivatottak megteremteni a területfejlesztési szinten megvalósuló infrastrukturális beruházásokkal, vagy éppen munkaerő-piaci helyzet javításával. Ezzel párhuzamosan a turizmus olyan fejlesztéseket generálhat, ami a területfejlesztést szolgáló ágazatok megtelepedését eredményezheti.

Az üdülőkörzetek és az idegenforgalmi régiók feladata az, hogy a hozzájuk tartozó területeken, létrehozzák és fejlesszék az idegenforgalomhoz szükséges feltételeket. Egy térség idegenforgalmi funkciója a vonzerők és a rá épülő létesítmények, valamint a vendégek ellátását, elszállásolását mérő mutatókban, továbbá a helyi társadalom érintettségében mérhető. A turizmus területi rendszere úgy lett létrehozva, hogy a turisztikai potenciál optimálisan hasznosuljon, fokozva így az ott zajló munka hatékonyságát.³

2.4. A PÁLINKA TÖRTÉNETE

Pályamunkámat a pálinka, illetve a pálinkafőzés általános bemutatásával kezdem, a szűkös szakirodalom ellenére egy átfogó képet vázlok fel a múlt, hogy mennyit változtak a desztillálóberendezések és miként jutott el a ma ismert állapotáig, hogy milyen fontossággal bírt történelmünkre.

A párlatok társadalmunk egyik legősibb itala, melyet szerte az egész világon fogyasztanak. Összetevőik tájanként, országonként igen különbözőek. Ezt a változatosságot az időjárás és a természeti adottságok alakították ki. A legzamatosabb párlat félék Magyarországon található, ahol a gyümölcsből készült pálinkák zamata egyedülálló az egész világon.

² Tóth, 2008

³ Michalkó, 2007

Nem olyan meglepő ez, ha belegondolunk, hogy Magyarország klímája kifejezetten kedvez a gyümölcsöknek.

Szerencsére olyan helyen él nemzetünk, ahol minden adott a jó pálinka alapanyaghoz: zamatosabbnál zamatosabb gyümölcsök teremnek e vidéken. Olyan gyümölcsök, amelyek sehol máshol. A Kárpát-medence különleges adottságait már a régi korok írói is elismerték. A medencejelleg a domborzatot, az éghajlatot és a vízhálózatot is döntően befolyásolja. A magyar talaj szerkezete egyedien változatos: homokkal és lösszel fedett hordalékkúp síkságok, karsztosodó-, vulkáni kőzetekből felépülő hegységek, valamint agyagos, homokos rétegekből kialakult dombságok váltják egymást.

Magyarország klimatikus viszonyai, a napsütéses órák száma és az a tény, hogy az évi középhőmérséklet meghaladja az erre a szélességi fokra jellemző értékeket, mind egyedivé teszi a magyar gyümölcsök íz- és illatvilágát. Nem véletlen tehát a gyümölcstermő Pannónia megfogalmazás, hiszen a rómaiak idejében a vadalma, a vadvadkörte, a kökény, a vadcseresznye, a primitív szilvakultúrák, az áfonya, a ribiszke, az egres, a szamóca, a fekete bodza, a málna mellett már a som, a borbolya és a homoktövis is megtermett itt. És micsoda pálinka készül az áfonyából, a málnából, cseresznyéből kiemelten a kajszibarackból, szilvából, birsből, körtéből és almából.

Hogy a pálinka, illetve a pálinkafőzés milyen fontossággal bírt történelmünkben és hogyan alakította kultúránkat, nyelvünket, rövid ismertetővel mutatom be.

A pálinkafőzés fejlődéstörténetének azért van nagy jelentősége, mert napjainkig nagyban meghatározza a párlatkészítés módját. 2 féle irányzat létezett, az egyik a jobbágyi vagy népi pálinkafőzés, a másik pedig az uradalmi és egyházi lepárlás. Az előbbi jellemzője volt, hogy kunyhókban, pincékben és dombok oldalába vájt barlangokban történt a főzés, kizárólag saját fogyasztásra. Később innen indult ki a bérfőzés, mint irányzat. Az uradalmi és egyházi főzdekben már kifejezetten azzal a szándékkal főzték a pálinkát, hogy azt majd értékesíteni fogják.

De valójában mikor és hogyan is alakult ki a pálinkafőzés és fogyasztás kultúrája?

A legelső írásos említés a XIV. századból való, Károly Róbert király itáliai útját volt kénytelen megszakítani felesége köszvénye miatt. Erzsébet királynét gyógyíttatta rozmaringos borpárlattal. Ezt nevezték „*Aqua vitae reginae Hungariae*”-nak, azaz a Magyar királyné életvizének. Régészeti leletek bizonyítják, hogy a közép-ázsiai népek is csináltak már

desztillátumot kumiszból⁴ faedényekben. Jelenleg 3 elmélet van arról, hogy hogyan is érkezett hazánkba a pálinkafőzési eljárás. Az egyik szerint Keletről, a honfoglaló magyarok hozták magukkal a Kárpát-medencébe. A második, hogy Északról érkezett. Az európai kultúrában a mai Skócia és Írország területe a párlatkészítés bölcsője. Nem eldöntött tény ugyanakkor, hogy ők kitől szereztek meg a pálinkafőzés tudományát. Az biztos, hogy a 400-500-as években már főztek gabonapárlatokat. Hazánkba a mai Csehország területéről szivároghatott be a kelta eredetű párlatkészítés tudománya. A harmadik elmélet pedig azt feltételezi, hogy délről juthatott el hozzánk. Az ismert világ első párlatkészítéséről szóló írásos emlékek a mai Irak/Irán területéről származnak. Időszámításunk előtt 1000 körül már készítettek párlatokat borból. Innen kerülhetett át Görögországba, onnan pedig Olaszországba. Valószínű innen jöhetett a lepárlás tudománya.

Mátyás korában a borszesztől megkülönböztetve crematum, crematura nevekkel illették a gabonából készült párlatokat. A XVII. századtól használják a szlovákból átvett pálinka szót a gabonaalapú párlatok kifejezésére. A szlovák eredetre utal a tótpálinka megnevezés is. A XV. században működő sernevelőházak és a pálinkafőzdék együtt működtek. Comenius Sárospatakon írt "Orbis sensualium pictus" című munkájában már bemutatja a pálinkafőzés eszközeit is. Maga a főzés földesúri előjog volt, a paraszti főzést ezért korlátozták. Tilalmak is megfogalmazódtak a pálinkafőzéssel kapcsolatban. Tiltották a kenyérgabona felhasználását főzés céljaira, és istentiszteletek idején is tilos volt a főzés. A serfőzők után a pálinkafőzők védőszentje is Szent Miklós lett.⁵ Ez idő tájt már tankönyvek, kiadványok is megjelentek a pálinkafőzésről. Mitterpacher Lajos volt az egyik legjelentesebb szerzője e tankönyveknek. Az 1799-től kialakult kisüzemek, szesz-, pálinka- és likörgyárak termelése elvezetett a pálinkafőzés központi szabályozásához. 1836-ban a földesúri előjog gyakorlatát törvényerőre emelték, majd bevezették a pálinkaadót, s 1850-től a szesz állami monopólium lett. 1920-ban 260, 1970-ben 1070, 1982-ben 815 főzde működött Magyarországon. Közben olyan intézkedések kapcsolódtak a főzéshez, mint a szesztilalom a Tanácsköztársaság idején(1919.03.21.-1919.08.01.), a feles főzés - a termés fele a gazdáé, fele az államé lett (1952-1970 között).⁶

Az állam 1982-ben maga szüntette meg szeszmonopóliumát. Egy törvény kimondta: „Gyümölcsből készült pálinka előállításával - jogszabályban meghatározott keretek mellett - magánszemély is foglalkozhat.”. Egy másik jogszabály azt írta elő, hogy „magánszemély

⁴ erjesztett kancatej

⁵ Balázs G, 2004

- pálinkafőzés céljára - legfeljebb 500 liter főzőüst kapacitású szeszfőzdét létesíthet”, illetve a szesz előállításával foglalkozó gazdálkodó szervezet ilyen kapacitású szeszfőzdéjét bérbe vagy szerződéses üzemeltetésre átadhatja a magánszemélynek. A pálinka szempontjából még ezeknél is fontosabb volt, hogy a szocializmus idején először követelték meg a szakértelmet.⁷

A szocializmus hiánygazdasága a pálinkafőzést sem kímélte. A rézművesek nem olyan ürméretű főző-, és finomító üstöket készítettek, amilyeneket akartak, esetleg megrendeltek tőlük. Szó nem lehetett erről! Az ipar gyártotta rézlemez vastagsága, hossza és szélessége határozta meg az üst méretét. Ezért aztán egy időben mindenütt ugyanakkora üstöket helyeztek üzembe. A rendszerváltás évében 1989-ben már csak 880 szeszfőzde üzemelt, közülük 202 volt magánszemély birtokában. Az üzemek technikai felszereltsége, a szakemberek hiánya és a gyenge alapanyag miatt lehetetlen volt kiváló pálinkákat készíteni. Emiatt aztán az itthoni és a külföldi piacokról eltűnt a gyümölcspálinka. Helyét átvette a hideg úton, finomszeszből, vízből és aromából előállított szeszesisital, amit persze pálinkaként értékesítettek.⁸

2.5. A FŐZŐBERENDEZÉSEK FEJLŐDÉSE⁹

Megkülönböztetünk primitív (**kis-székes** (1. ábra) vagy zugfőzés), kisüsti és üzemi főzést.



1. ábra Kis-székes módszer

forrás: <http://www.vasiszemle.t-online.hu/2008/06/balazs.htm>

A főzőberendezés alapanyagi határozzák meg, hogy milyen lesz az általuk desztillált párlat. Természetesen a legelső főzők nem rozsdamentes acélból és vörösréz-ből voltak, hanem sokkal egyszerűbb, a mai szemnek szinte hétköznapiak tűnő dolgokból. Ilyenek voltak például a bodzából készült lepárlócsövek, agyagedények, vízgyűjtő tek-nők 1-2 lyukkal az alján vagy oldalán. Néhány ilyen készülék még biztos, hogy működik valahol

kis hazánkban. De én inkább rátérek az otthoni körülmények között is előállítható. Ilyen például a kis

⁶ Kirsch, 1986

⁷ Dr. Sólyom, 1986

⁸ Dr. Sólyom, 1986

⁹ Balázs G, 2004

székes eljárás során az akkori emberek vettek egy nagyobb űrmértékű fazekat, 25-30litereset, amibe egy kis széket állítottak, ezt körbeöntötték cefrével, majd a szék ülőrézére egy kisebb vajlingot tettek. A fazék tetejére egy mosdótálat raktak, amibe hideg vizet töltöttek, a fazék és a mosdótál szélét körbetekerték vizes ronggyal vagy sárral tapasztották be. A lavórban lévő vizet, ha felmelegedett cserélni kellett, mert a fazék belsejében keletkező alkoholos gőz a lavór alján kicsapódott és a vajlingba csöpögött. Ez az első főzet volt a vodka, ha elfogyott a cefre, akkor ugyanazzal az eljárással vodkát tisztázták le. A végén a vajlingba visszamaradt folyadék volt, a már kész pálinka. Természetesen ezzel az eljárással nem lehetett nappal tevékenykedni, hanem rendszerint éjjel a padláson vagy a pincében főzték a pálinkát. A mai a kisszékes módszer továbbfejlődött egy kisebb kukta, egy hűtőberendezés és néhány méternyi meghajtott vörösrézcsőre. A leleményes főző időközben arra is rájött, ha sót tölt a rézcsőbe és úgy próbálja meghajtani, akkor a kanyarok mentén nem fog behorpadni. Ezeket a készülékeket könnyű volt gyorsan elrejtetni, viszont nem tudtak vele olyan minőségű és olyan mennyiségű párlatot előállítani, mint a főzdékben.



2. ábra Pálinkafőző kunyhó

forrás: <https://picasaweb.google.com/107521311407162030130/GocsejiFalumuzeum2010#5507207494946119394>

A XIX. században pálinkafőző kunyhókat¹⁰ vagy házakat építettek, amik nagyon hasonlítottak a présházakra. Ezeknek a közepén volt a rézüst a katlannal, a földbe voltak süllyesztve tölgyfából készült hűtőkádak. A kisüstös korszaknak köszönhetően jöttek létre a nagyobb regionális pálinkafőző központok (Gönc, Kecskemét, Békés, Szatmár, Göcsej). Ezekből a főzdékből alakultak ki később a település szélén lévő hivatalos bérfőzdék, ekkor a legtöbb üzem még fával tüzelt az 1 falú üstben lévő cefre alatt. Később, amelyik tudott átváltott gáztüzelésre és duplafalú üstöket is építtetett be, ennek az volt a lényege, hogy a két üstfal közé vizet töltöttek, tehát a tűz nem egyből a cefrét melegítette hanem a vizet, így jóval kevesebb esély volt arra, hogy leégjen. Az állam természetesen már itt is meghatározta, hogy milyen űrmértékű lehet maximálisan az üst. Ilyen üzemektől pedig már rendszeres számadást is kért az állam.

Ma pedig már külön cégek szakosodtak a párlatkészítő üstök készítésére közületek és magánszemélyek számára egyaránt. Az egészen kicsi 6 literestől az akár 2000 literes ipari méretűekig. Mivel a törvényi szabályozásnak köszönhetően már otthon is lehet párlatot készíteni.

2.6. A CEFRÉZÉS ÉS LEPÁRLÁS MŰVÉSZETE

Az igazán finom pálinka alapja minden esetben a jól megerjedt cefre. Ehhez az szükséges, hogy tiszta, mosott és hibátlan gyümölcsöt szabad csak használni cefre készítéséhez. Néhány gyümölcsfajtából a magot nem árt eltávolítani, mert az erjedés során ciánhidrogén szabadul fel, ami az emberi szervezetre igen mérgező. Az erjedés során a cefrét érdemes védeni a levegőtől. Ezt napjainkban műanyag hordókkal teszik meg, melyeknek csavaros a teteje, így légmentesen le lehet zárni. A megadott forrás érvénytelen.¹¹ Nos, a pálinkamesterek egyöntetű véleménye szerint itt dől el minden. Azt állítják, a pálinka minősége 70-80 százalékban a gyümölcstől és a cefrétől függ. A jó cefre pedig a jó pálinka alapja.

A pálinka szempontjából a cefre egyik fontos feladata - amellet, hogy a gyümölcs cukortartalma alkohollá alakuljon -, hogy a gyümölcsökben lévő elsődleges aromaalkotók kiteljesedjenek, átalakuljanak, és kifejlődjenek a másodlagos aromakomponensek. Ezek együttesével lehet komplex gyümölcsefrét készíteni, hogy alkotóelemei átmenthethők le-

¹¹ Balázs G, 2004

gyenek a pálinkába — méghozzá jó hatásfokkal. Itt kell megjegyezni: ma már a pálinkafőzés alapját adó nemes gyümölcsök, és azon belül a fajták jelentősége a leghangsúlyosabb. A fajta szelektált gyümölcs értéke egyrészt az adott fajtára jellemző tipikus íz-, és illatvilág, másrészt ez teszi egyedivé a belőle főzött pálinkát. Ezért hangsúlyozzák a pálinkamesterek azt a bizonyos 70-80 százalékot.

Ez persze nem jelenti azt, hogy a lepárlás művészete másodlagos lenne. Dehogy. Hiszen mégis csak meg kell főzni azt a cefrét és a lefőzött alszeszt tovább kell finomítani. Nos, ehhez kell csak igazán érteni. Pedig egyszerűnek tűnik: a lepárlás azt jelenti, hogy a kierjedt cefréből a lepárló berendezésben fűtéssel gőzt állítunk elő, amit aztán lehűtve cseppfolyósítunk.

A lepárlás művészete az, hogy a lepárlás során a főzőmester a már említett alkotóelemeket hogyan képes elválasztani egymástól. Ezért kell ismernie a lejátszódó fizikai és kémiai folyamatokat, a tüzelés technikáját, a pálinka alkotóelemeinek ízeit és illatait. De ismernie kell a lepárló berendezés adta lehetőségeket, azt, hogy a szerkezet mennyire szolgálja az elválasztás finomságát. Nem mindegy, milyen intenzitású a fűtés, lassú vagy gyors; mennyire állandó a hőmérséklet, ez különösen érvényes a finomításra. Nincs szabály arra, hogy hány deciliter az előpárlat, mennyisége nagyban függ a cefre minőségétől. Ide már a főzőmester tapasztalata és szakértelme kell. A középpárlat alkoholtartalma a finomítás során egyre csökken, a művészet annak a pontnak felismerése, amikor megjelennek a párlatban a kellemetlen íz- és illatanyagok. Ez a határvonal sem határozható meg mennyiségre, sokkal inkább a párlat alkoholfoka és a tapasztalat lehet irányadó.

Nem véletlenül mondják a pálinkamesterek, hogy a desztillálás a legnehezebb és egyben a legszebb művelete a pálinkakészítésnek. Ekkor kell azt az aromakomplexumot átmenteni a pálinkába, ami az eredeti gyümölcsből származó aromaalkotókból és az erjesztési aromákból alakult ki. Ezt csak az a főzőmester tudja, aki jól képzett szakemberként kellő tisztelettel áll a pálinkához, jól működnek az érzékszervei. Aki tapasztalatból tudja, hogy a középpárlat miért a pálinka lelke és kellő érzékkel, élességgel választja le az elő-, meg az utópárlatot. A főzőmester a pálinka strukturálásának a mestere, ismernie kell mikor mélyen strukturált a párlat.

Ma Magyarországon két féle desztillálási módszer van elterjedve, az egyik a dúsítótornyos (3. ábra) a másik pedig a kisüsti (4. ábra). Az előbbi a párlat illóanyagait erősíti fel, így illatosabb lesz pálinkánk. Az utóbbi módszer a régi hagyományos eljárás, amivel már évszázadok óta desztillálják a pálinkát. Sajnos a kisüsti helyét, már javarészt

átvette a dúsítótornyos eljárás. Amit némely fogyasztói rétegek elégedetlenkedve fogadtak és még teszik ezt most is.



3. ábra Dúsítótornyos pálinkafőző

forrás: <http://www.deluxe.hu/internetes-palinkafozde-magyarorszag/20110607>



4. ábra Kisüsti pálinkafőző

forrás: <http://www.ruszkaiesruszkaikft.hu/palinkafozo.php>

2.7. A KULTÚRA ÉS A TURIZMUS KAPCSOLATA

A népszokások nemcsak az archaikus emberi közösségek jellemzői, hanem sűrűn behálózzák a jelenkor emberének életvilágát is. Ezt mi elsősorban kulturális, másodsorban pedig szociális jelenséggént érzékeljük. A szokásokat úgy értelmezni, mint visszatérő, ismétlődő már kipróbált és megszokott cselekvésmintákat, amik szoros kapcsolatban állnak az ünnepekkel is. Minden kultúrában ünnepek szakítják meg a hétköznapiakat, és ezeket az időszakokat emelkedett hangulat jellemzi. Általában munkabeszüntetés, fokozottabb tisztálkodási igény, tabuk, merev normák ideiglenes feloldása, ételben, italban, megnyilvánuló bőség, szertelenség és ajándékozás jellemzi ezeket az ünnepeket. Ezzel az adott népcsoport olyan lelki erőtartaleket, szellemi tőkét halmoz fel, amire aztán lehet emlékezni, amiből lehet erőt meríteni a következő ünnepig.¹²

Pozsonyi elméletében a kultúra egy történelmi folyamat eredményeként szerepel. Antropológiai és szociológiai szempontból megközelítve egy olyan viselkedési formát jelentett, ami egy adott társadalmi csoport életébe szervesen ágyazódik be. A kulturális folyamatoknak azonban termékei is vannak, mely tárgyasult formában már kézzelfoghatóak, de ugyanúgy jelképezik az adott csoport kultúráját. A gondolatot továbbvive, a kultúra, mint folyamat a turizmuson keresztül válhat kulturális turisztikai terméké.¹³

Összefoglalva a turizmus és a kultúra kapcsolatáról elmondható, hogy mindkettő már évszázadok óta mindennapjaink szerves részét képezik. Meghatározzák társadalmi viselkedésünket, normáinkat és befolyással vannak pihenésünkre, szórakozásunkra is. Mindkét eszme egy bonyolult rendszert hordoz magában, melynek feltérképezése és elemzése régóta foglalkoztatja a kutatókat.

E két rendszer bizonyos pontokon találkozik, és sok esetben szimbiózisban is vannak egymással. Amikor a turista bizonyos motiváció során elutazik, akkor van egy saját kulturális környezet, amit képvisel. Ugyanakkor utazása során magával viszi saját kultúráját ami a desztináció sajátos kultúrájával kapcsolatba kerül és keveredik, tanulnak a kultúrák egymástól.

¹² Pozsony 1998

¹³ Richards 1996

A társadalom és a kultúra mindketten szerepelnek a turizmus rendszerében, az előbbi a rendszer környezeti eleme, az utóbbi pedig a kínálati oldal fontos résztvevője. A társadalmi környezet meghatározója, hogy mennyire fontos szerepet szán az utazásra az egyén életében. Az olyan új társadalmi jelenségek, mint a környezetvédelem fontosságának felismerése vagy a globalizáció hatása, új turizmustípusok vagy új turisztikai termékek kialakulásához vezetnek. Ilyen új turisztikai típus a kulturális turizmus, az ökoturizmus és az örökségturizmus is. A kulturális környezet elsősorban a motivációra hat, azaz a küldő területek kulturális színvonala jelentősen befolyásolja a turisták utazási motivációit, míg a turisztikai desztináció saját kultúrája, mint vonzerő szerepel a döntés folyamatában.

14

¹⁴ Puczkó & Rácz 1998

3. ANYAG ÉS MÓDSZER, SAJÁT VIZSGÁLAT

Ebben a fejezetben a pályamunkám elkészítéséhez használt elsődleges forrásokat mutatom be részletesebben.

3.1. ELSŐDLEGES FORRÁSOK ELEMZÉSE

Kutatómunkám során a marketingkutatás két alapvető módszerét alkalmaztam. A primer kutatás során olyan jellegű adatfelvételtől és elemzésről van szó, melyet az aktuális kutatási probléma megoldására szerveznek. Ilyen a kérdőív és az interjú is.

Az interjúban igyekeztem olyan kérdéseket feltenni, amikre esetlegesen a válasz nem található meg szórólapon vagy a honlapon. Békési B. Erika, a Budapesti Békési Pálinkárium vezetője volt segítségemre. Azért választottam ezt a főzdét, mert több évtizedes tradíciókkal rendelkezik és nem félnek az innovációktól. Szerettem volna tudni, hogy ők hogyan látják a pálinka mai helyzetét, milyen megjelenési formákat illetve promóciós eszközöket választanak a nagyobb tömegek elérése érdekében.

Az interjú- és kérdőívelemzést követően SWOT - elemzést készíték, melyben felvázolom a magyarországi pálinkaturizmus erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit és veszélyeit.

Elsődleges forrásként kérdőívet¹⁵ használtam, melyben intézményem hallgatói segítettek a kutatásom.. Erre a kutatásra 2011 szeptemberében került sor. A kérdőív, amit összeállítottam, önkitöltős, s leginkább a legnépszerűbb közösségi oldalon keresztül jutattam el a szaktársaimhoz.

A hipotézisem a következő: a turizmus-vendéglátás szakos hallgatók közül a fiúk tájékozottabbak a lányoknál ebben a témakörben.

A kérdőív 10 kérdést tartalmaz, melynek egy részében több válaszadásra is lehetőség volt. A lekérdezés eredménye módszertanilag reprezentatívnak tekinthető.

¹⁵ A kérdőív a 4. számú mellékletben található.

A kérdőívek elemzéséből kiderül, hogy a kitöltők 27 %-a fiú, míg 73%-a lány (5. ábra). Ez nem meglepő, hiszen a szakomon a nők vannak többségben, a kitöltők átlagéletkora pedig 22.3év. 37 mintás lekérdezést végeztem, ezek alapján végeztem el az elemzést.

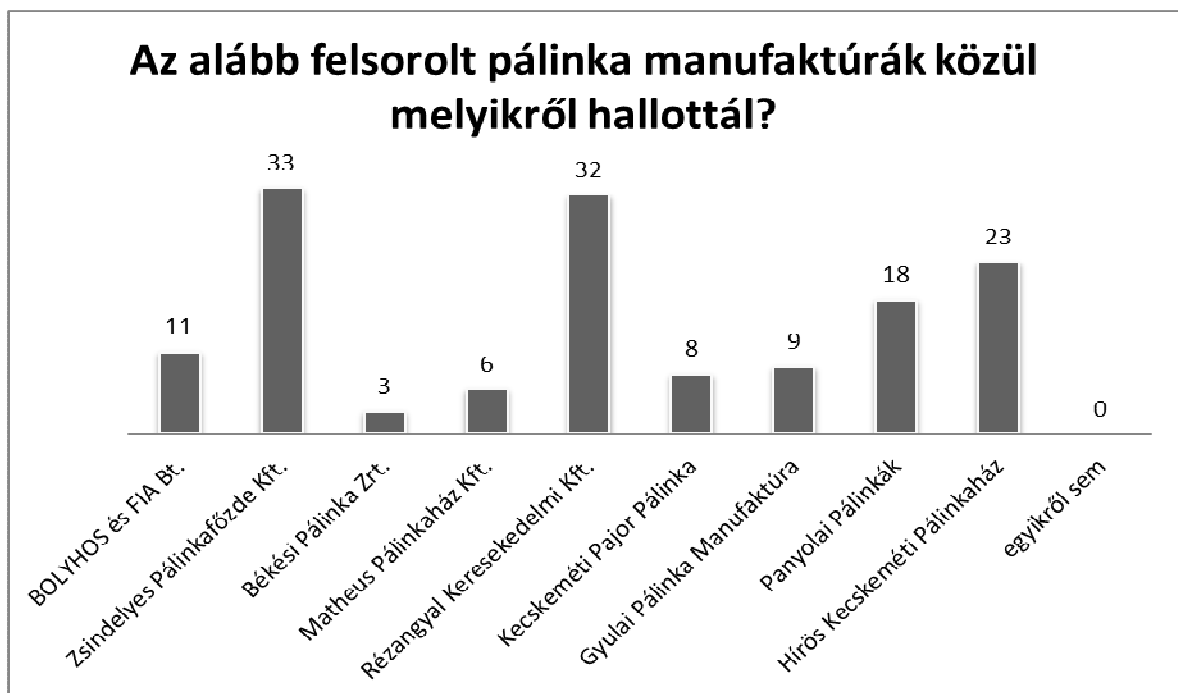
Az első kérdésben 9 pálinka manufaktúrát soroltam fel, és arra voltam kíváncsi, hogy mennyien hallottak már róluk. (6. ábra)

Összesen 143 válasz érkezett.

16%-os ismertség felett összesítettem, legtöbbször a Zsindelyes Pálinkafőzde Kft.-t (23,1% - 33fő), a Rézangyal Kereskedelmi Kft.-t (22,4% - 32fő) és a Hírös Kecskeméti Pálinkaházat (16,1% - 23fő) jelölték még a legtöbbször. Mindegyik manufaktúrát ismeri legalább 1-2 ember, viszont a legtöbb szavazatot azok kapták, akik ténylegesen sokat fektetnek a termék marketingtevékenysége.



5. ábra Nemek szerinti megoszlás



6. ábra Manufaktúrák ismertsége

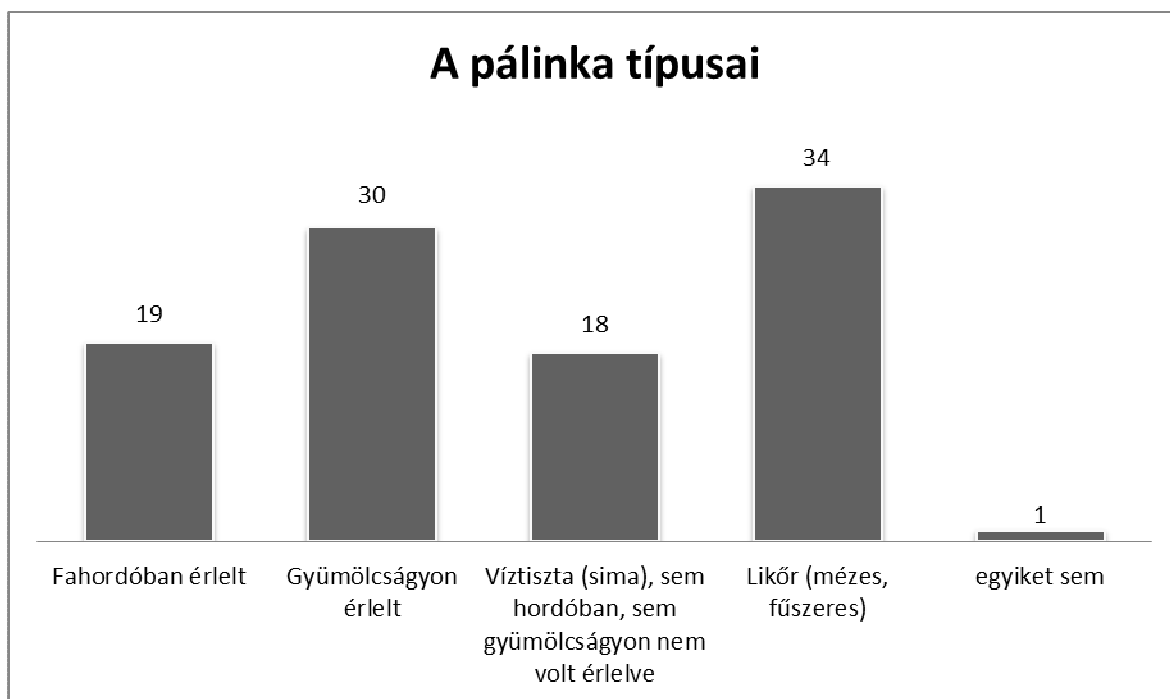
A második kérdés, a már kóstolt pálinkára vonatkozott, hogy az milyen gyümölcsből készült. A táblázatból jól látszik, hogy a többség a már jobban elterjedt, hagyományos ízeket kóstolta. A kitöltők 95%-a kóstolta már a barackot, 89%-a szilvát és 81%-a pedig a körtét. Azonban akadtak olyanok is, akik már a különlegesebb ízvilágú vonalat is kipróbálták. (7. ábra) Az egyéb kategóriát 8 fő jelölte meg a következő válaszokkal: háromszor jelölték az áfonyát, többit pedig csak egyszer, ezek a narancs, szeder, paprika, ribizli, málna és zölddió. Ezekből sajnos 3 nem felel meg pálinkának, az egyik a narancs, ami nem magyar gyümölcs és nem is honos hazánkban, a másik a paprika, ami nem gyümölcs, a harmadik pedig a zölddió, aminek nincs meg a megfelelő cukorfoka, így ezekből nem lehet párlatot készíteni, csak likőröket.



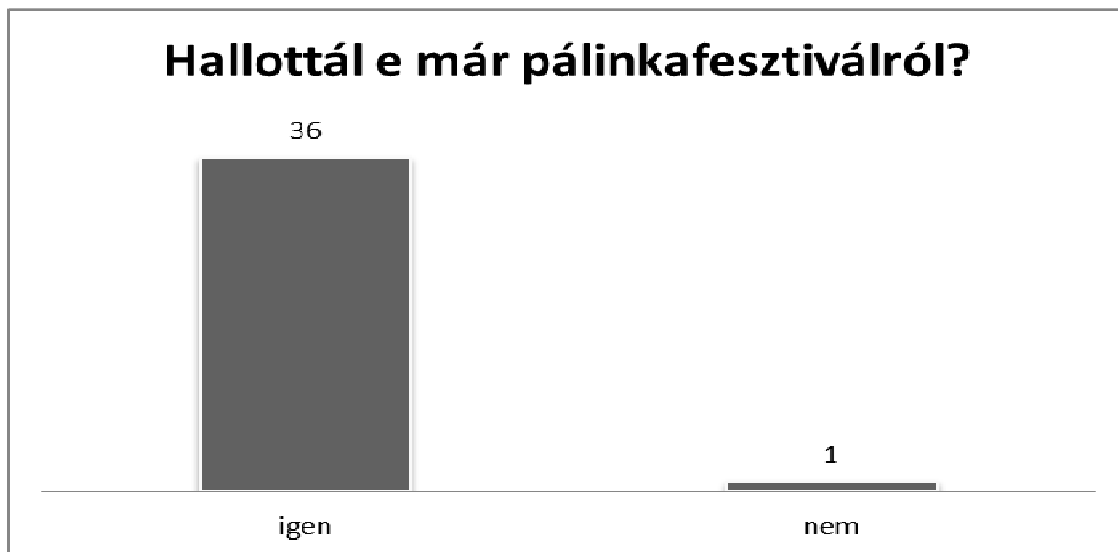
7. ábra A már kóstolt pálinka gyümölcsének vizsgálata

A negyedik kérdés a pálinka fajtára vonatkozott, ami az érlelés és ízesítés típusát is tartalmazza.(8. ábra). A kérdezettek 92%-a kóstolta a pálinkából készült likőröket, 81%-a a gyümölcságyon érlelteket, 51% a fahordós érlelésűeket, 48% pedig a víztisztát.

8. ábra Típusok ismertségének vizsgálata

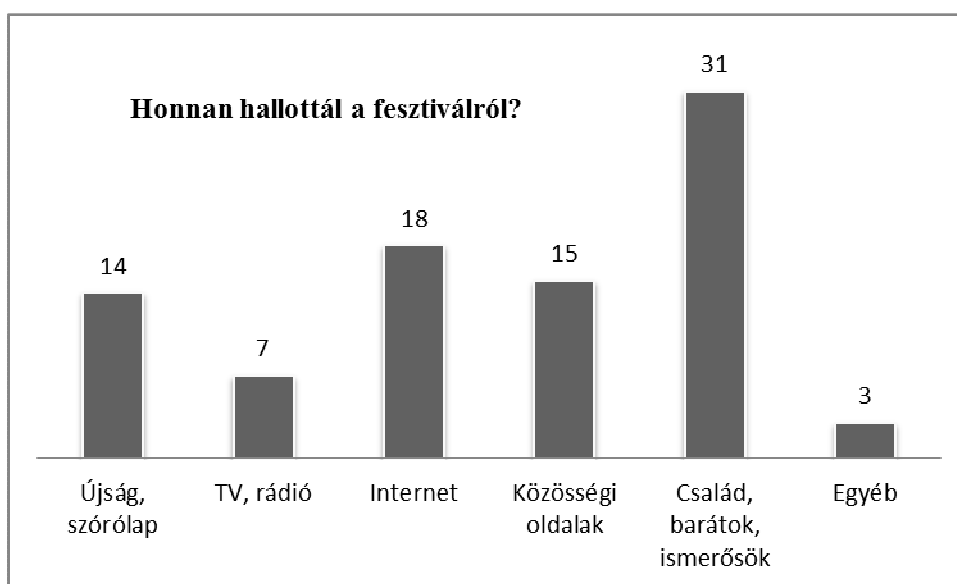


Az ötödik kérdés (9. ábra) a pálinkafesztiválokra vonatkozott. Vajon hányan tudják, hogy létezik ilyen, hisz idén több nagyobb rendezvény is az első jubileumát élte. A kitöltők igen magas, 97%-a hallott már pálinkafesztiválról, 1 fő pedig még sosem hallott róla.



9. ábra Pálinkafesztivál ismertségének vizsgálata

A következő kérdés arra vonatkozott, hogy honnan is hallottak a fesztiválról (10. ábra). A válaszadók 84%-a családon, barátokon vagy ismerősökön keresztül szerzett róla tudomást. A többi válaszlehetőségről a kitöltők 49%, 40%, 38% és 19%-ban segítette az informálódást. Az egyéb kategóriát 3-an jelölték meg, melyben mindhárman az óriásplakátot írták be, mint tájékoztatósi forma.



10. ábra Fesztiválról való informálódás vizsgálata

A hetedik kérdés arra vonatkozott (11. ábra), hogy az informálódás után meglátogatta-e fesztivált. A válaszadók csak $\frac{1}{4}$ -ét érdekelte a fesztivál, a $\frac{3}{4}$ -ét ellenben nem vonzotta.



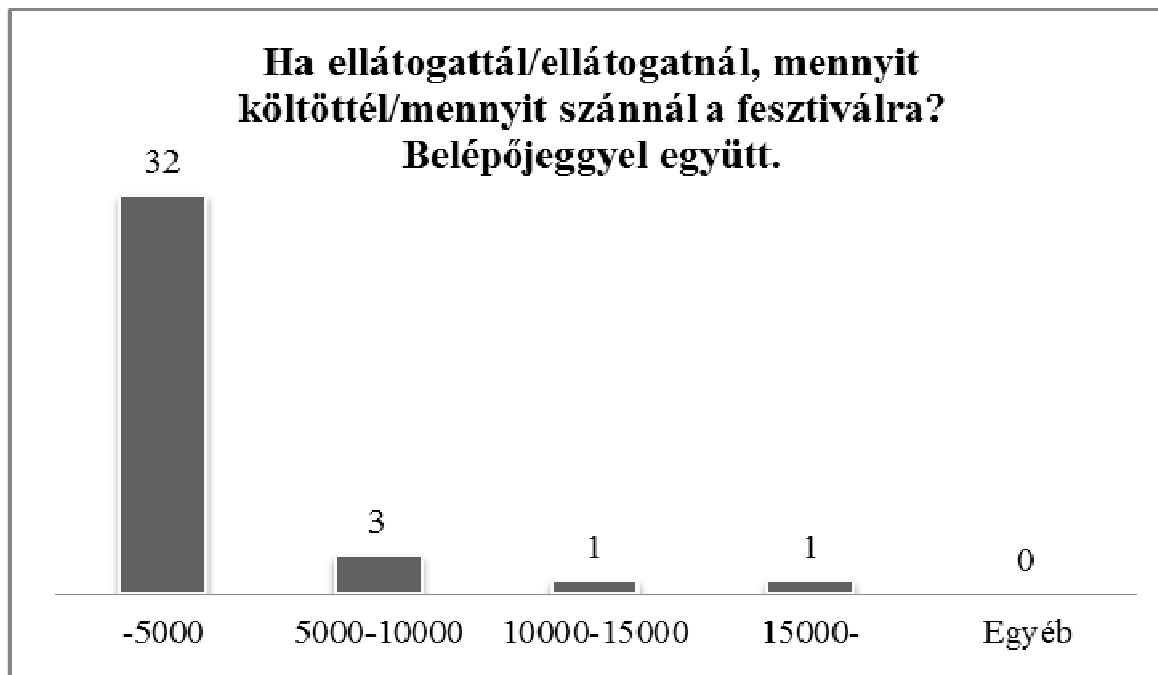
11. ábra Fesztivál látogatottságának vizsgálata

A következő (12. ábra) táblázatban magyarázatra lelünk, hogy miért ilyen magas a nem odalátogatók aránya. A nyolcadik kérdés a fesztiválok nem látogatottság okainak vizsgálatára vonatkozott. A 37 kitöltő közül a legtöbben ezeket a válaszokat adták: "Nem volt időm"; „Túl drága”. A legritkábban pedig ezt : „Túl nagy a tömeg”. A 6 egyéb válasz között pedig az szerepelt, hogy a „bort és /vagy sört szeretem”.



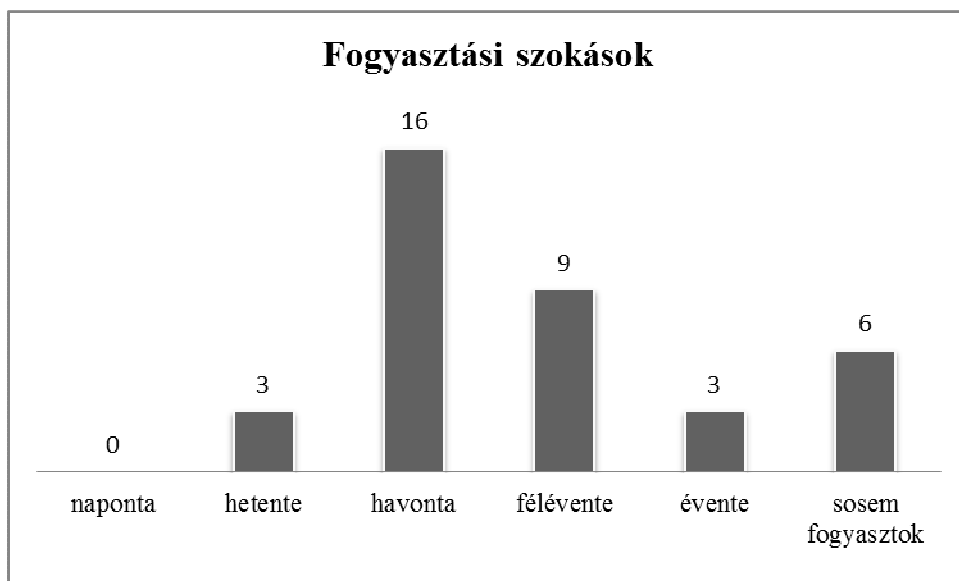
12. ábra A fesztiválok nem látogatottságának okai

A kilencedik kérdés a kilátogatókhoz szólt, hogy aki megejtette a látogatást, mennyit költött a fesztiválon. (13. ábra). Akik kilátogatnának vagy már kilátogattak azok közül a 87% maximum 5000 forintot szánt vagy szánna az egész fesztiválra. Ennél jóval kevesebb, mindössze 3fő, vagyis csak 7% költene 5000 és 10000 forint közötti összeget. Míg 10000-15000 forint között már csak 1fő (3%) és 15000 forint felett is már csak 1 fő (3%). Ebből sajnos kitűnik, hogy egy prémium kategóriás fesztiválról van szó, ahol sajnos az áraknak meghatározó szerepük van.



13. ábra Költsési hajlandóság vizsgálata

Az utolsó előtti kérdésem a rendszeres pálinkafogyasztásra vonatkozott (14. ábra). A kitöltők legalább 43%-a fogyaszt pálinkát, 24% félévente biztos megkóstolja, a hetente és évente válasz lehetőséget ugyanannyian jelölték meg (8%), míg a megkérdezettek 17%-a soha nem fogyaszt pálinkát.



14. ábra Fogyasztási szokások vizsgálata

Az utolsó kérdésem arra irányult, hogy vennének-e pálinkát ajándékba a kitöltők (15. ábra). 76%, vagyis 28 fő biztosan venne, 6 fő (16%) meggondolná, míg 3 egyáltalán nem vásárolna ilyen ajándékot.



15. ábra Ajándékozási kedv vizsgálata

A kérdőív értékeléséből kiderül, hogy szaktársaim a jó marketing tevékenységet folytató főzdeket ismerik jobban, amik minden nagyobb üzlet polcairól visszaköszönnek

rájuk. Ez nem is lenne baj, csak sokan nem tudják, hogy a mézesek, valójában nem pálinkák, hanem csak likőrök. Viszont elég széles palettát kóstoltak már a kitöltők, a hagyományos gyümölcsöktől, a különlegesnek számítóig. A pálinkafesztiválra a megkérdezettek ¾-e nem látogatott még el. Ez a diszkrecionális jövedelem és az idő hiányával magyarázható. Egy részüket viszont nem is érdeklik az effajta rendezvények.

A szaktársaim kétséget kizáróan szeretik a pálinkát, illetve ebből készült likőröket, viszont jelenlegi pénzügyi helyzetükben nem engedhetik meg maguknak a rendszeres fogyasztását.

Elvetem az állításomat, miszerint a turizmus-vendéglátás szakos hallgatók közül a fiúk tájékozottabbak a lányoknál ebben a témakörben. A válaszokat vizsgálva arra a következtetésre jutottam, hogy a lány szaktársaim jobban tisztában vannak a minőségi pálinka ismerveivel, mint a fiúk.

3.2. MINI MÉLYINTERJÚ

Második primer kutatásom során egy mélyinterjút készítettem Békési B. Erikával, a Békési Pálinkárium vezetőjével. A megkérdezés alkalmával azt szerettem volna megtudni, hogy ők mily módon járultak és járulnak hozzá a pálinkáról kialakult eddig pozitív képhez. A következő kérdéskör hangzott el az interjú alatt:

- Mióta foglalkozik a családjuk pálinkafőzéssel?
 - Mennyi mennyiségű párlatot készítenek évente?
 - Honnan szerzik be hozzá a megfelelő gyümölcsöket?
 - Hány féle pálinkát, likőrt állítanak elő?
 - Hány főt foglalkoztatnak, esetleg a munkamegosztás családban történik-e?
 - Milyen rendezvényeken szoktak részt venni?
 - Milyen reklámozási formákat vesznek igénybe?
 - A gazdasági válság mennyire változtatta meg a keresletet?
 - Vannak-e fejlesztési tervek a jövőre nézve?
-
- A Békési Pálinka Zrt. hivatalosan csak 2005. április 1-től létezik. Viszont a család már 1983 óta foglalkozik pálinkafőzéssel. 1993-ban vásároltuk meg a Gőzmalom soron lévő pálinkafőzdét. Ahol folytattuk a bérfőzést is, a saját részre történő desztillálás mellett. Az új hely adta lehetőségeknek köszönhetően bővíteni tudtuk a termelő és raktározó kapacitást is.

- Egy átlagos évben 120-150.000 hektoliterfoknyi pálinkát készítünk, (ez 260-350 ezer liter pálinka) melyből a későbbiek folyamán a több mint 200 féle kínálatunk további pálinkáit és is likőrjeit készítjük.
- A pálinkáinkhoz szükséges gyümölcs egy részét saját ültetvényünkről, részben pedig a helyi lakosok gyümölcséből főzzük, az eredetvédett békési szilvapálinkához is a helyi lakosok gyümölcsét szoktuk használni, természetesen szigorú szortírozás után csak.
- Jelenlegi kínálatunkat több mint 200féle párlat és likőr teszi ki, ehhez természetesen hozzájön még a pálinkáriumunkban kapható más főzdek párlatai is.
- Mivel családi vállalkozás a Békési Pálinka Zrt így mindenki kiveszi a saját részét a munkából, viszont ezek mellett 20-22 főt teljes munkaidőben alkalmazunk, az őszi betakarítási időszakban még több embert is szoktunk, a kisebb bogyós gyümölcsök szedéséhez, viszont ezek már idényszerű munkák.
- Minden nagyobb fesztiválon részt szoktunk venni, sajnos mostanság minden hétre jut egy-egy kisebb pálinkafesztivál, ami igazán nem tesz jót a keresletnek. Mert a nagyobb rendezvényekre, mint például a Budavári pálinkafesztiválok, ilyenekre az embereknek már nem marad pénze. Ráadásul a helypénzeket is évről-évre növelik a szervezők, ami egy rosszabb idő esetén, a befektetett pénzt nem hozza vissza. Így ősszel és kora tavasszal már jól megfontoljuk, hogy mire megyünk ki, nem szeretnénk ráfizetéssel dolgozni. Az idei V. Budavári Pálinka- és Kolbászfesztivál a kiállítók legnagyobb része épphogy nem fizetett rá a hirtelen jött rossz idő miatt. Az utóbbi 1-2évben a külföldről érkező turisták száma is megszorodott, akiknek a forint gyengesége teszi még vonzóbbá országunkat.
- Szórólapokon, újságokban szoktuk magunkat hirdetni. De az elmúlt 1-2évben az emberek már keresik a pálinkáinkat, és üzletünkbe is céltudatosan járnak be. A nyitás évében még a vásárlók nagy részének el kellett magyarázni a különbséget pálinka és pálinka között. Szerencsére mára nem ez a helyzet. Így az elégedett vá-

sárlók adják tovább hírünket. Ami minden reklámozásnál többet ér. 2005-2006-ban több pálinkárium is nyílt a belvárosban, de ők az idelátogató turistákra alapozták üzletüket, így hamar be is zárták boltjukat, mert hazánkban a turizmus sajnos még szezonális.

- A válság nem annyira befolyásolta a pálinka piacát, mint reméltük, a keresletcsökkenés körülbelül 10%-os lehetett, de mostanra már visszaállt, sőt nőtt is.
- Fejlesztési tervek mindig vannak. Az idén nyitottuk meg a Békési Szilvapálinka Centrumot Békés belvárosában, melynek egy műemlék ad otthont, amit szépen felújítottunk, majd pedig egy modern látogatóközpontot alakítottunk ki benne. Nem telik el év fejlesztés nélkül. A következő fejlesztési tervünk egy busz megvásárlása, amivel a Békési Szilvapálinka úton tudnánk a turistákat szállítani, mely Békésen, Békéscsabán és Gyulán át vezet.

4. EREDMÉNYEK

Az előző részben olvasott módszerekből és a saját tapasztalataimból leszűrt információkból fogom a magyarországi pálinkaturizmus SWOT elemzését elkészíteni. Az alábbiakban pedig a saját tapasztalatokat összegzem.

4.1. FESZTIVÁLOK, VERSENYEK

A 2011-es év sem telt pálinkafesztivál nélkül, szerencsére egyre nagyobb és színvonalasabb rendezvényeket szerveznek hazánkban. Lehetőségeimhez képest, igyekeztem az összes nagyobb rendezvényre ellátogatni. Megfigyeléseim és kóstolás közbeni eszmecserékkel a kiállítók örömmel újságolták látogatóik elégedettségét. Magyarországon 3 nagy pálinkafesztiválról és számottevő kisebb rendezvényről beszélhetünk, ahol a pálinka ha nem is reflektorfényben, de helyet kap. Az első a **Nemzetközi Kisüsti Pálinkafesztivál**, Kiállítás és Vásár a gyulai várkertben amely az ország, egyik legnagyobb gyümölcspárlat rendezvénye és szakmai megmérettetése. A rendezvény kiemelkedő része a XIX. Magyar Országos Pálinka és Törkölypálinka, Nemzetközi Gyümölcspárlat Verseny, melyre 2011-ben 9 ország több mint 800 mintát nevezett. Május első hétvégéjén a főváros ad helyet a **Budapesti Pálinkafesztiválnak**. A szervezők új trendet indítottak, 2011-től meghatározzák az év pálinkáját is. Az első a sorban a szilvapálinka volt, ezt a különleges párlatot az ország pálinkafőzői készítették a prémium szilvapálinkáiknak házassításával, amelyet aztán a fesztiválon kóstolhattak meg először a látogatók. A limitált mennyiségben készült párlat igazán exkluzív csomagolásban várta a szilvapárlat kedvelőit. 2012 pedig a barack éve lesz. Az őszi **Budavári Pálinka - és Kolbászfesztiválon** 2011-ben a vodka volt a vendégpárlat, mely mellett orosz ételspecialitásokkal is találkozhattunk. Az őszi rendezvényt idén a budai vár oroszlános udvarával bővítették, mert az előző évben és a tavasszal is szűkösen bizonyult az addigi terület.¹⁶ Néhány merész gasztronómiai újítással készültek a szervezők, idén pálinka került a kávéba. A Caffé Cagliari és a Rézangyal közös „munkájából” egy igazi különlegesség született, amely kimondottan a Fesztiválra készült. Az Olaszországban oly népszerű Corretto (espresso és grappa) mintájára készült kávékülönlegességek most először kerülnek a nagyközönség elé. Az italokat minden esetben két fő alkotóelem határozta meg: az espresso kávé és a Rézangyal, a Márton és Lá-

¹⁶ http://www.4cent.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=332:kavet-palinkaval-miert-ne-&catid=9:fesztival&Itemid=10

nyai, illetve a Békési párlatai. A kulináris kuriózumokat hat különböző ízben próbálhatják ki a kíváncsiskodók.

Az utóbbi időben két nemzetközi párlatversenyen is igen szép eredményeket érttek el a pálinkáink. A hazai főzdek számára az egyik legfontosabb külföldi párlatverseny a Destillata, melyet 1992 óta rendeznek meg az ausztriai Bad Ischl üdülővárosban, ahol 2011-ben 12 ország, 171 - ebből 24 magyar - főzde 1560 mintával vett részt.¹⁷ A magyarok 120 éremmel térhettek haza, összesítésben hazánk a harmadik helyen végzett. A magyar „Nemzetgyőztes” címet az Agárdi Pálinkafőzde nyerte el. A másik ilyen a World Spirit Award, melyet a világ egyik legjelentősebb párlatversenyeként tartanak számon. A klagenfurti párlatversenyt már tizennyolcadik alkalommal rendezték meg, ezúttal 33 nemzet, 70 résztvevője 337 alkoholterméket vonultatott fel, azzal a céllal, hogy elmondhassa magáról, a világ legjobbjai között van. 2011-ben nevezett magyar pálinkák remek eredménnyel zárták a versenyt. Többek között a Gyulai Pálinka Manufaktúra és a Matheus Pálinkaház termékeit díjazták számos éremmel.¹⁸

Természetesen nem csak rangos nemzetközi párlatversenyek vannak, nekünk is vannak, itt van a szintén rangos magyar pálinkaversenyen, a HunDeszt. A versenyt a Magyar Szeszipari Szövetség és Termék Tanács hirdeti és szervezi meg. A verseny fórumot biztosít a kereskedelmi pálinka készítőik termékeinek megmérettetésére, azzal a céllal, hogy elősegítse a minőség folyamatos javulását, a kulturált pálinkafogyasztás népszerűsítését, és a pálinka minél szélesebb körben való elismertetését. A versenyen csak pálinka és törkölypálinka minták vehetnek részt.¹⁹ A fesztiválok és versenyek számából látszik az igény a pálinka megismerésére, hiszen életünk és történelmünk szerves részét képezi. Bár nem mindenki engedheti meg magának az összes fesztivál végiglátogatását, érzésem szerint egyszer mindenkinek el kell látogatnia egy ilyenre.

¹⁷ http://www.4cent.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=208:destillata-120-magyar-erem-1-resz&catid=9:fesztival&Itemid=10

¹⁸ http://www.4cent.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=214:world-spirits-award-szenzacios-magyar-szereples&catid=1:palinkavilag&Itemid=2

¹⁹ http://4cent.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=192:palinkaversenyben-az-els-a-hundeszt&catid=10:hirek-emberek-esemenyek&Itemid=11

4.2. ÚJ TERMÉKEK ÉS INNOVÁCIÓK

Amikor a pálinka már nem elég a Fesztiválokon és egyéb rendezvényeken a kiállítók más kézműves remekeit is kínálják. Az új piaci belépők számára már nem az a legnagyobb gond, hogy prémium párlatot állítsanak elő a legmodernebb technológiával. Hanem az, ahogyan azt a látogatók számára értékesíteni tudják.

A kisebb főzdek elkezdtek kibővíteni a kínálatukat, a pálinka mellett egyéb kézműves termékekkel akarnak a piacra betörni. A legjobb alkalom az ilyen termékek debütálására a tavaszi Budavári Pálinkafesztivál, vagy az őszi Budavári Pálinka- és Kolbászfesztivál. Természetesen az ilyen fesztiválok nemcsak az új termékek, hanem az új főzdek bemutatkozására is egy lehetőség, ahol a látogatók döntenek el, hogy megtisztelik-e őket bizalmukkal. Eme új kiállítók is úgy gondolják, hogy a pálinka mellett más termékekkel is fel kell kelteni a fogyasztók figyelmét. Ilyenek például a nagymama szörp-, lekvár, befőtt-, kompót receptjei. Amik a családban már több évtizede öröklődnek. A befőttösüvegek hada frenetikusan néz ki a standoknál, ahogy egymás mellett sorakoznak. Ha már az előbbiekből minden kész van, a különböző fajtájú bio-mézeket sem felejtethjük ki a sorból (akác, vegyes, hárs, napraforgó, repce), amiket akár dióval, mandulával keverve is meg lehet kóstolni és vásárolni. Igazán különleges termékeket is lehet találni, ilyenek például a mustárok, szappanok, gyümölcsecetek, pálinkás befőttek. Némely kiállítók, ahogyan ők maguk mondták a fesztiválokon, nem csupán a telephelyük szerinti táj- és térséghez fűződő vonzalmuk és az ott üzemelő manufaktúrák megsegítése a feladatuk, hanem a térség szépségén, mikroklímáján, munkaerő többletén keresztül a magyar kézi munka és a minőség üzenetének tolmácsolása a piac, Európa felé. Manufaktúrájuk elhatárolása, hogy a jelennek átadják és tanítsák, az utókornak megörökítsék a magyar kézi munka egyediségét.

Így aztán a Hollóházi Porcelán Manufaktúra közreműködésével porcelánokat is készítenek, a lekvárjaikat csak szezonban szedett, válogatott gyümölcsökből főzik, a likőrjük édeskés ízvilágú és kisebb alkoholtartalmú gyümölcspálinka alapra komponált mézes, kellemesen fűszeres ital. Régióként termő gombák, és a tradicionális olasz receptúra segít hozzá minden fogyasztót a kulináris élvezetekhez. Egyedi, gomba formájú palackokban kínálják a gombáikat, az édességek magas minőségű ét- és tejcsokoládéba mártva kézzel, egyesével készülnek.

Természetesen nem csak a kicsik, hanem a nagyok is hoznak valami igazán innovatív fogyasztócsalogatót a nagy fesztiválokra. Például az egyik legnevesebb nyírségi pálinkafőzde a saját szervezésű fesztiválján, ami idén volt 5. alkalommal megrendezve, sze-

rencsére volt alkalmam részt venni rajta és minden finomságot végigkóstolni. Ekkor mutatták be Zsolnay Porcelánmanufaktúra és Zsindelyes pálinkafőzde közös termékét, az egyedi porcelánba (10. ábra) töltött Újfehértói ágyas meggypálinkát, amely rendhagyó külsejével igazán figyelemfelkeltő, minden alkalomra tökéletes ajándék lehet. A butéliás pálinkainstalláció keresztezi a hagyományt és magyar kultúrát a modern világgal, így igazodik az arculatához és gondolatvilágához. Ez a formatervezett palack egyedülálló a piacon. Csomagolását tekintve is igazán exkluzív hatást kelt: bordó, bársonyos díszdobozán a beltartalomra és a külsőn minőségére utaló Swarovski kövek kapnak helyet. Ezen termék a fesztivál zárása után néhány nappal már kereskedelmi forgalomban is kapható lett.



16. ábra Zsolnay porcelán butella, Zsindelyes Újfehértói Fürtös meggypálinkával töltve

forrás:http://www.nyirseghir.hu/cikk/omok_dijakkal_tert_haza_a_zsindelyes/13721

Az idei év egyik innovatív megoldása az itthon eleddig még ismeretlen, ám stílus-teremtő, külföldön már sikerrel bevezetett újdonsággal jelent meg. Ez nem más, mint egy 40ml-es kis üvegcsé, alumínium csavarzárral a tökéletes záródásért, melynek a Pálinkapatron nevet adták. Mely nevet le is védették. Az ízléses és minimál dizájnrá törekvő, jól ol-

vasható ezüstszerű grafikával szitázott üvegcsövek kellemesen kézre állnak, és a széles szájnylás miatt könnyen fogyasztható belőlük a pálinka. A manufaktúra felmérve a hazai piaci igényeket a Prémium érlelt szilva, újdonságként pedig a Prémium Magyar kajszi és málna került divatos kis hüvelyébe, és elsőként a Budavári Pálinka- és Kolbászfesztiválon került bemutatásra. Ezen termék egy elegáns fekete díszdobozban került forgalomba, ami verhetetlen ajándékozási ötletet adhat cégeknek és egyéni vásárlóknak egyaránt.



3. ábra Pálinkával töltött bonbon

forrás:

http://zsindelyes.hu/palinkaval_toltott_bonbon__etcsokolade__es_tejsokolade__

lyeknek alapanyaga az európai eredetvédelemmel rendelkező Újfehértói fürtös meggy, illetve az ebből készült, többszörös díjnyertes pálinka. A szortimentben megtalálhatóak a pálinkás bonbonok (11. ábra), pálinkás-marcipános csokoládékrémes deszertek, tortakülönlegesség, bio meggyekvár, ecetkülönlegesség (12. ábra), illetve alkoholos meggybefőtt és koktélszirup, amelyek mind a magyar gasztronómiai hagyományok újragondolását segítik elő. Ahogyan a neve is tükrözi, ezek az új termékek igazán exkluzív élményt nyújtanak fogyasztója számára, ám a titokzatosságuk a kóstolás után is megmarad.

2011-ben rendezték meg a 75. Országos Mezőgazdasági és Élelmiszeripari kiállítást, ahol kiváló minőségű magyar élelmiszerek, ezen belül a pálinkák is felsorakoznak az idei rendezvényen és arról is, hogy a pálinkások is szép számmal képviselték magukat a kiállításon. A Zsindelyes Pálinkafőzde a Meggy Misztikumát hozta el bemutatásra. A fantáziánév mögött ínycsiklandó ételek és különlegességek bújnak meg, ame-



18. ábra Zsindelyes Meggy ecet

forrás: <http://zsindelyes.hu/meggyecet>

4.3. MARKETING

Globalizált világunkban a szabad kereskedelem innovációival a márkák harca zajlik. A pálinkapiac sem kivétel ez alól, 2002 óta a hazai piacon is túlkínálat keletkezett. Így a folyamatosan fejlődő résztvevők egymástól akarnak piacot elvenni, ami a saját illetve termékük kárára is történhet. A fejlődés még így is permanens, bár a szükséges finansziális háttér és az összefogás hiányában, eddig nem párosult érdemi közösségi pálinkamarketing. Még nem alakult ki egységes pálinka imázs és arculat. A nemzetközi promotálásra pedig ideiglenesen nincs elkülöníthető tőke. Ezek tekintetében a Pálinka Nemzeti Tanácsnak kellene lépéseket tennie a szükséges források elkülönítésében.

A prémium minőségű pálinkákban megvan a mód arra, hogy ellenállhatatlan és egyedi termékkel jelenjen meg mind a hazai, mind a nemzetközi piacon. Ilyenek lehetnének például az eredetvédett pálinkáink. Hírnevüket gondozni kell, hiszen az értékek növelése minden pálinka lényeges eleme.

Véleményem szerint jobban kellene támogatni a hazai és külföldi fogyasztók körében a pálinkakultúrával kapcsolatos ismeretek és élmények bemutatását, propagálását.

Maros Róbert és Gaspari Zsolt a Rézangyal tulajdonosai Magyar Pálinkamarketing Kht. néven olyan társaságot alapítottak, amely célja a pálinka népszerűsítése. E gondolat jegyében szervezték meg az ország eddig legszínvonalasabb pálinkafesztiválját. A társaság jogszabályi változások okán ma már Magyar Pálinkamarketing Nonprofit Kft. néven működik.²⁰ 2006 májusában rendezték meg először a Budapesti Pálinkafesztivált, Budapest szívében a Városháza parkban. A negyedik fesztiválon 27 pálinkafőzde állította ki és kínálta a termékeit, a négy nap alatt több mint 17 ezren látogattak ki a Városháza parkba. Az idei, sorrendben ötödik fesztiválon pedig már nagyobb területen szórakozhattak a pálinkakedvelők. A környezet ideális, egységes a kiállítók megjelenése, színvonalas a vendéglátás, és remek zenei programok fűszerezik a rendezvényt. Hasonló jókat lehet elmondani az először 2007-ben megrendezett Budavári Pálinka és Kolbász Fesztiválról. Hozzátevé, ha lehet még csodálatosabb a helyszín, a Budai várban a Savoya terasz a panorámával telitalálat volt. A pálinka mellé emelt kolbász nemkülönben.

²⁰ http://www.4cent.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=354:lehet-e-vilagcikk-a-palinka-3-resz&catid=1:palinkavilag&Itemid=2

2009-ben az előző évekhez képest már dupla területen ünnepelték a pálinkát a fesztiválók és az eddigi három nap helyett négy napon át.²¹

A továbbiakban néhány olyan eszközt szeretnék ismertetni, melyet főzdelátogatóisaim alkalmával láttam, ami az odaérkező látogatók tájékozódását segített elősegíteni. Informatív óriás tábla rendszerek, kiselejtezett fahordók (a borvidékek után szabadon), kiadványok a helyi térségi nevezetességekkel és nem utolsó sorban a már említett kóstolóházakkal, ahol a főzde egész szortimentje megkóstolható és meg is vásárolható. Táblák és útbaigazítás nélkül is meg lehet találni a keresett desztinációt, de ezekkel egyértelműen könnyebb. Többségében a helyi lakosok is nagyon segítőkészek voltak.

Ma az egyik legolcsóbb és legtöbb emberhez eljutó reklámozási forma a közösségi oldalak által nyújtott lehetőségek kiaknázása, amikor a lakosság már az interneten intézi ügyeit. Egy főzdeknek nem elhanyagolható egy a mai kornak megfelelő modern website üzemeltetése sem, melyet az újdonságok és egyéb hírek tájékoztatása mellett webshop funkcióval egészítik ki.

Napjainkban még mindig a legjobb reklám a szájról-szájra adott jó hír. Az ember szívesebben megy olyan helyre, amit barátai, ismerősei ajánlottak számára.

Tudatos munkával és az ágazat folyamatos fejlesztésével joggal válhatna a pálinka az országimázs szerves részévé.

A pálinkamesterek szerint a vendégek már nemcsak a jó légkört és finom párlatokat várják el, hanem az odalátogatók már egyre több információt szeretnének kapni az általuk fogyasztott termékekről és térségéről. A pálinkaturizmus fejlesztésének folyamatos csiszolásával mindenki megtalálhatja a magának megfelelő programot. A borúthoz hasonlóan és annak a hibáiból tanulva sokkal nagyobb volumenű fejlődés érhető el megfelelő marketing stratégiával kombinálva, mint más egyéb turisztikai területen.

²¹ http://4cent.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=49:magyarorszag-roeviden&catid=1:palinkavilag&Itemid=2

4.4. KÓSTOLÓHÁZAK ÉS LÁTOGATÓKÖZPONTOK²²

A nagyobb pálinka manufaktúrák és főzdek az utóbbi 1-2 évben (2009-2010-es évben) nagyobb összegeket investáltak és még most is teszik ezt a látogatóközpontok és kóstolóházak létrehozására. Legtöbbször a már meglévő infrastruktúra közelébe próbálták telepíteni (már a főzde alapításánál is szem előtt tartották a frekventált területi elhelyezést, a jó megközelítést és a nyugodt környezetet).

Legfontosabb célkitűzése eme létesítményeknek, hogy az adott térség speciális terméke által nyújtott gasztronómiai és kulturális élmény is alapja lehet egy turisztikai programnak. Ami természetesen már önmagában turistacsalogató és ahol mindent meg lehet tudni a térség legfontosabb termékeiről. A főzdetulajdonosok és pálinkamesterek elképzelése az volt, hogy eme épületekben a látogatók megismerjék a térség ételeit és italait.

A kóstolóházak egyértelműen azt a célt szolgálják, hogy a főzde látogatása után a látogatók, a jelenből egy kicsit visszatérjenek a múltba, becsüljék meg a gyökereket és a kor kívánalmainak megfelelő kiszolgálást élvezhessék. Legalább 2 terem kell, hogy a látogatók rendelkezésére álljon, ez körülbelül 50-100 fő befogadását jelenti. Az üzemeltetők nem csak baráti, családi társaságok, jelentősebb, akár az ország másik feléről érkező csoportok mulatozására és kikapcsolódására alkalmas környezetet kell teremtenie. Üzleti meetingek és különböző vállalati tréningek megtartására is megfelelő, ahol a kötelező szakmai előrelépés mellett a pálinka múltja és jelene a főszereplő. A pálinkamesterek által vezetett túrák alkalmával, - ahol végig kísérhető a gyümölcs útja a beérkezéstől egészen a főzés végéig -, a kóstolás élménye mellett, értékes információkkal gazdagodhatnak a látogatók. A kóstolóház belső és külső kiegészítőinek egyszerre kell a paraszti múltat, a térséget szimbolizáló emlékeket bemutatni, amellett hogy a modern kor igényeit is kielégíti. A belső falakat XX. századbeli fotográfiák, térképek és kitüntetések díszítik, emellett a különféle tárgyi emlékek teszik azt még hitelesebbé. Az ház udvarán az esetek nagy százalékában építettek egy kemencét is, mely lehet egészen egyszerű illetve búbos is, melyben az előre bejelentkezett csoportok rendelhetnek kímélő és markáns gasztronómiai alkotásokat.

A látogatóközpontok a kóstolóházzal ellentétben egy már modernebb, a mai kor követelményeinek megfelelő belső kialakítást kaptak, a külső pedig az adott térség építészeti kultúrájához szervesen kapcsolódik, esetlegesen egy már meglévő épület teljes renoválását is jelenti. A központ kínálata sokkal széleskörűbb ismeretekkel ruházza fel a

²² 3.sz. mellékletben néhány képet mellékeltem

szakma iránt érdeklődő odalátogatókat. Kicsik és nagyok számára egyaránt kínál különböző szórakozási lehetőségek. Itt is jelen van a kóstolóház, ahol a manufaktúra teljes pálinka-palettaját meg lehet kóstolni, ahol elismert szakemberek teljes körű felvilágosítást adnak a vendégek által választott párlatok ismérveiről. Akik komolyabb tudást szeretnének elsajátítani, azok számára szerveznek pálinka bírálói tréninget. Mellyel egy olyan ismeretekre tehet szert, amit baráti társaságban tud kamatoztatni az ott elfogyasztható pálinkák bemutatásával. A központ a kóstolással együtt tájjellegű ételeket is biztosít. Melyek a frissen készült halászlétől, pörkölttől a kolbásztálon keresztül a grillezett ételekig tart, figyelembe véve az adott kistérség, térség étkezési kultúráját. Némely nagyobb központban lehetőség nyílik költségtérítés megfizetése mellett saját párlat lefőzésére, amelyhez a főzde biztosítja a cefrét, melyet a látogató választ ki. A kész párlatot a főzde szakszerűen kezeli, igény és felár esetén ágyazza, érleli, palackozza, a címkét pedig a helyben lehet megtervezni. Ezen tanfolyamokat folyamatosan szervezik, ahol az otthoni párlat-előállításához szükséges ismereteket lehet elsajátítani. Az egyik legnagyobb hazai manufaktúra látogatóközpontjában van az ország legelső pálinkatrezora, ahol a főzdetől vásárolt pálinkáknak és likőröknek tud a kedves vásárló helyet bérelni. A trezor hőmérséklete az év minden napján 16-18°C között van tartva, így biztosítva a minőség megőrzését, érlelésnél pedig a megfelelő klímájú környezetet. Az itt bérlők a trezor különtermében van lehetősége egyedi programszervezés mellett baráti pálinkázásra. A gyermekek számára is biztosítanak megfelelő szórakozási lehetőségeket. Felügyelet mellett játszhatnak és élvezhetik a nekik szervezett programokat, míg szüleik a pálinka által nyújtott élvezeteknek hódolnak. A tulajdonosok nagyon fontosnak vélik a látogatókkal történő személyes kontaktust, ahol közvetlen kapcsolatot tudnak kialakítani velük. Így olyan extra információknak tudnak a birtokába jutni, melyekkel a folyamatos fejlődést fenntartva tudják a vásárlói és piaci igényeket kielégíteni.

A kóstolóháznál és a látogatóközpontoknál is kialakításra került egy konferencia terem, az előbbi kisebb méretéből adódóan kevesebb férőhelyet tud biztosítani a szakmabeliek és újságírók számára, míg az utóbbinál akár 120-150 főt is képes befogadni.

4.5. PÁLINKÁS SZERVEZETEK

Jelenleg ma Magyarországon több nagyobb pálinkás szervezet működik. Akik a pálinkakészítés és forgalmazás területén a szakemberek erőfeszítéseinek köszönhetően elért eredmények és sikereik megőrzésének és további elmélyítésének érdekében fáradoznak.

Az egyik legnagyobb a Pálinka Nemzeti Tanács²³, amely a pálinkáról, a törkölypálinkáról és a Pálinka Nemzeti Tanácsról szóló 2008. évi LXXIII. törvény (pálinkatörvény) hívott életre. Ez a szervezet a pálinka-társadalom országos szakmai egyeztető fóruma, amely a pálinkatörvényhez, a pálinkát érintő közfeladatokhoz, szakmai kérdésekhez kapcsolódó véleményeket, javaslatokat, ajánlásokat tesz. A Tanács 13 tagja főként szakmai szervezetek által delegált, s így a pálinka-szakma legszélesebb körét képviselve segíti a pálinka előállításának, származásának, minőségének és eredetvédelmének egységes szabályozását, előmozdítja a magyar érdekek érvényesülését annak végrehajtása során. Fontos számukra a hazai pálinka, mint magas minőségű nemzeti ital imázsának, piaci pozíciójának és nemzetközi elismertségének folyamatos javítása, termékeink jó hírnevének öregbítése. Szakmai tevékenységünket is mindezek figyelembevételével végezzük és a jövőt illetően is eszerint kívánjuk folytatni.

A másik ugyanilyen fontos szervezet a Kisüsti Pálinkafőzők Országos Egyesülete²⁴. Amelynek elnöke Békési Zoltán, a Békési Pálinka Zrt. tulajdonosa. Az egyesületnek is hasonlóan fontos céljai vannak, mint a Pálinka Nemzeti Tanácsnak. Amelyeket a következőképpen foglalnék össze:

- a pálinkafőzés magyarországi hagyományainak, értékeinek megőrzése, folyamatos ápolása;
- az Európai Unió jogrendjével és a Magyar Pálinkatörvénnyel összhangban, annak elősegítése, hogy a pálinkafőzés hosszú távon megőrizze a benne rejlő értékeket.
- a pálinkafőző szakma érdekeinek megjelenítése, népszerűsítése;
- támogatja a kisüsti pálinkafőzés és más tradicionális (különleges) pálinka eljárások értékeinek bemutatását, kiaknázva minden olyan idegenforgalmi, kereskedelmi és propaganda lehetőséget melyek szolgálják az egyesület által megjelenített értékeket;
- a minőségi kisüsti pálinkafőzés érdekében az egyesület együttműködik a gyümölcsstermelőkkel, kertészekkel, azok szakmai szervezeteivel és más, pálinkában

²³ <http://www.palinkaoldal.hu/palinka/?/3/9>

²⁴ <http://www.palinkanemzetitanacs.hu/hu/kisuesti-palinkafozok-orszagos-egyesulete>

érdekelt szervezetekkel, állami szervekkel, hatóságokkal, Pálinka Nemzeti Tanács-csal;

- hatékonyan közreműködik a pálinkával kapcsolatos jogszabályok alakításában, igény szerint véleményez, szakvéleményeket készít;
- törvényes eszközökkel fellép minden olyan törvénytelen tevékenység ellen, amely nem a szakma szabályai, illetve nem a jogszabályokhoz igazodik.;
- szükség esetén más szakmai szervezethez való csatlakozással, a fenti célok maradéktalan megvalósítását elősegíti.

Ezek után következik a Magyar Pálinka Lovagrend²⁵. Amely egyesület formájában végzi áldásos munkáját, nyereség- és haszonszerzési cél nélkül. Az Egyesület fő célkitűzései az előbb említett két szervezethez hasonlóan, hogy a Magyarországon közfogyasztás céljából termelt minőségi pálinkákat megismertesse a világgal. Ennek során rendezvények szervezésével, támogatásával kíván hozzájárulni a pálinka előállításához, a magyarországi idegenforgalom fejlesztéséhez. Népszerűsíti hazánk gasztronómiáját, öregbíti a magyar pálinka előállítás, forgalmazás, vendéglátás hírnevét, valamint a mérsékelt és kulturált italfogyasztást, s ennek megfelelően a minőségi italfogyasztás irányába befolyásolja a fogyasztói szokásokat. Az Egyesület feladata a pálinkának, a pálinka előállító vállalkozások jó hírének öregbítése, közös szakmai érdekeinek képviselése, a pálinkák történelmi hagyományainak ápolása, a pálinka ismertségének növelése, a pálinka, mint életérzés népszerűsítése. Az Egyesület az ország ezer éves hagyományait kívánja megismertetni a mai kor emberével, s ez által méltó helyre emelni a magyarországi pálinkát.

Természetesen ezek mellett még tevékenykedik több kisebb szervezet is, akiket ugyanilyen nemes cselekedetek vezényelnek. (Pálinka Céh Egyesület, Pannon Pálinkafőzők Egyesülete, Gyümölcspálinka-főzők Egyesületeinek Országos Szövetsége,

²⁵ <http://www.palinkalovagrend.hu/>

4.6. EURÓPA ASZTALÁN

2011 első félévében Magyarország látta el ez európai unió soros elnöki tisztségét. Ahol a kiemelt hazai és brüsszeli rendezvényeken nemzeti italunkat is felszolgálták. Így a pálinka a díszvacsorákon és állófogadásokon keresztül jut ki Európai közösségbe. A pálinka jövője, határon és akár tengeren túli ismertsége szempontjából kiemelkedő lehetőséget rejt magában. Több okból is, de ami a legfontosabb: azok, akik eddig nem ismerték a magyar gyümölcspárlatokat, úgy találkozhatnak vele, mint a magyar gasztronómia kikeverülhetetlen, és nagyon fontos elemével. A hazai italkultúra részével, ami maga a hagyomány, olyan gyümölcspárlat, aminek ott a helye a csúcsgasztronómiai rendezvényeken, egy ital, amit vendégeinknek szolgálunk fel, legyenek ők külföldiek vagy akár közeli barátok.

Magyarország Külügyminisztériuma a Pálinka Nemzeti Tanács kezdeményezésére 2010-ben egy pályázatot írt, amin olyan elismert és már számos versenyen is bizonyított főzdeket kerestek, akik a prémium minőségű párlataikkal már elkápráztatták nemzetünket. Végül 15 manufaktúra 22 féle pálinkáját találták alkalmasnak a szakképzett zsűritagok. A bíráló bizottság persze szem előtt tartotta, hogy a párlatok a borokkal ideálisan párosíthatóak legyenek a magyar konyha műremekeihez.

Minden kiválasztott főzdetulajdonos nagyon bizonyosan nagyon örült, és büszke is volt rá, hogy az általa létrehozott cég terméke(i) méltók arra, hogy e fontos rendezvénysorozat során a meghívott és jelenlévő vendégek asztalára kerüljenek. A másik pedig, hogy Európa más országainak vezetői és döntéshozói láthatják és megízlelhetik, hogy Magyarországon még képesek előállítani minőséget, nem pedig csak aromásított szeszt szolgáltatnak fel. Természetesen minden főzdeinek meg kell birkóznia a közösségi hírnév adta lehetőséggel, és a helyes úton maradni. Az elnökség ideje lejárt, az uniós döntéshozók remélhetőleg 15 márkanévet megjegyeztek, ezek jó hírét Európa szerte továbbviszik, és később keresni fogják a márkákat. Ezzel a pálinka megtette az első lépéseket a határok átlépésében, és megkezdte uniós és nemzetközi expanzióját.

4.7. ASZTALI ÉS BARÁTI ÖRÖMÖK

A pálinka társasági ital. Hangulat, környezet kell hozzá. És pohár. Valamint megfelelő fogyasztási hőmérséklet. Nem mindegy hát, hogyan fogyasztjuk ezt a nemes italt. A pálinka lényege ugyanis nem a szesz, hanem a gyümölcs. Az illat és az íz harmóniája. Szóval, a pálinka igazi társasági ital, beszélgetős, barátkozós párlat. Más a kapcsolata a pálinkával annak, aki már ismeri ezt a páratlan italt, és más azé, aki még nem. Az viszont mindenkire érvényes: a pálinka alkotóelemeinek ismerete nem haszontalan a kóstoló számára sem. A kulturált fogyasztás részévé kell válnia az illatok azonosításának, az ízek megkülönböztetésének.

A szép pálinkákban gyümölcsfajtáktól függő aromákat ismerhetünk fel. A gyümölcsaromák azon friss és érett gyümölcsre jellemzők, amiből a pálinka készült.

Ha bármilyen más illatot, szagot érzünk, amely akár kellemetlen is lehet, az gyártási, előállítás hibát jelez. A jó pálinka elfogyasztása után – akkor is ha négy centiliternél többre sikeredett – az ember nem kel másnaposan, tiszta a feje, és gyomra. Sajnos manapság a pálinkát jól behűtve fogyasztják, hétköznapi feles poharakból. Így e drága nedű elveszti jóformán minden élvezeti értékét. A teljes íz és illat harmónia ott van a párlat minden egyes cseppjében. De ezt

csak akkor tudjuk teljes mértékben kiélni, ha az erre a célra készített pohárból kóstoljuk. A pálinkát az úgynevezett „tulipán” (13. ábra) pohárból szokás kóstolni. Ez egy talpas pohár, melynek az alsó része öblös, a középső része összeszűkül, a felső része megint kiszélesedik. Ha egy kicsit meghintáztatjuk párlatunkat pohárunkban és megszagol-



19. ábra Pálinkás pohár (Tulipán pohár)

forrás: <http://noveell.blog.hu/2010/09/27/>

egy_gondolatnyi_palinka

juk, azonnal élvezhető a gyümölcsös illat. A pálinkát nem szabad egy húzóra meginni, szakszerűen kell eljárni, mint a bornál. Egy kicsit kell csak szánkba venni, forgatni, rágni kell azt, majd a végén szép lassan lenyelni. Csak így élvezhető ki igazán a minősége. Természetesen ahhoz, hogy ezt a minőséget élvezni tudjuk, megfelelő hőmérsékletre kell hűtenünk a párlatot. Ami jelen esetben 16-18°C, vagyis kéz meleg hőmérsékleten a legjobb. Az illatvilág egy másik módszerrel is megismerhető. Ha belenyúlunk, és az ujjunkkal szétkenjük a csuklónkon, az alkohol elillanása után a színtiszta gyümölcs illatát kell éreznünk. Ezt nevezzük bőrpróbának. Ezek után már jöhet maga a kóstolás. De azért több pálinka kóstolása esetén érdemes valamilyen ételről gondoskodni, az ízek semlegesítése végett. A kóstolási sorrendre is nagyon fontos, először a kevésbé markáns pálinkáktól kell eljutni a karakteresebbekig, és csak a legvégén igyunk érlelt pálinkát. Az egyszerű könnyed, légies pálinkától vezet az út a „nehéz”.

Elfogyasztása után szinte azonnal jelentkezik a hosszan tartó utóíz, mely „ízlelgetése” során eltűnődik az ember azon, hogy vajon tényleg pálinkát ivott-e, vagy csak friss gyümölcsöt evett. Napjainkban a fiatalok és idősebbek sincsenek még illetve már teljesen tisztában pálinka fogyasztási szokásával, de a fesztiváloknak és az elkötelezett főzőmestereknek hála, kezdik megismerni a „hogyan”-t, és ezt öreg és fiatal egyaránt egymásnak tanítja. Tehát a pálinka élményt ad, akár baráti, üzleti beszélgetés közben fogyasztjuk, akár csak ünnepi vacsora előtt vagy után, hiszen a gasztronómiai élvezetek kiteljesítője is.

A hazai és turisztikai vendéglátó egységekben is egyre többféle párlat fordul elő a kommersz italok között. Jó látni, hogy a rendszerváltás óta átszoktatott emberek így közel 20 év után kezdenek visszatérni a gyökerekhez. Térségenként változik a párlat, pálinka kínálat a vendéglátóipari egységekben. A nagyobb manufaktúrák nem csak a fővárosba és a megyeszékhelyekre szállítanak, hanem a térségükben lévő éttermeket, bárokat és kocsmákat ellátják saját termékükkel, amiből bizonyos tétel elfogyasztására vállalt garancia mellett egyéb kedvezményeket is biztosítanak az adott helynek.

Igaz még sokat kell tanulniuk, tanulnunk, de nem várhatjuk el mindenkitől, hogy a pálinka nagymestere legyen.

4.8. TÁMOGATÁSOK, PÁLYÁZATOK

A magyar pálinkapiac egyre nagyobb, egyre több résztvevővel és egyre több fogyasztóval, ami elsősorban a pálinkafőzők minőség iránti elkötelezettségének köszönhető. A magyar házi pálinkát és a magyar házi pálinkafőzést mélyen gyökerező nosztalgia övezi a teljes társadalomban.

Ahhoz hogy a minőséget fent tudják tartani a főzdék, nem elég a saját bevételeikből fejleszteni, hanem más források bevonása is szükségszerűvé válik. V. Német Zsolt vidékfejlesztésért felelős államtitkára a 2011. június 16-án megrendezett „A Pálinka Jövőképe Országos fórumon” elmondta, hogy az ötezer főnél kevesebb lakosú településeken a támogatható mikrovállalkozások körét a pálinkafőzdekre is kiterjesztik. Így a pálinkafőzdék is hozzájuthatnak az Új Magyarország Vidékfejlesztési Program (ÚMVP) mikrovállalkozásokat segítő forrásaihoz. Ez maximum 35 millió forintot jelent, 60-65 százalékos támogatásintenzitás mellett. A pálinkafőzés ösztönzése nemcsak a hagyományok tovább élését jelenti, hanem munkahely-teremtő erő is egyben, példaként említette a gyümölcsstermelést. A minőségi gyümölcs pedig nélkülözhetetlen kelléke a jó pálinkának. Az államtitkár azt is elmondta, külön támogatási programot nem terveznek ugyan ezen a területen, de például a Magyar Nemzeti Vidéki Hálózat (MNVH) pályázati pénzeiből is juthat erre a területre. V. Németh még elmondta azt is, hogy ő személy szerint a régi magyar gyümölcsfajták „újra divatba” hozását szorgalmazza, mert hazánkban rengeteg különleges, mégis majdnem hétköznapi gyümölcs terem.

Szeptember elején volt szerencsém ellátogatni az idén ötödik alkalommal megrendezésre került Zsindelyes Pálinka és Népi Gasztronómiai Fesztivál. Ahol alkalmam nyílt beszélgetni a kóstolóház vezetőjével, aki elmondta, 2005-től kezdve nem telt el úgy év, hogy a tulajdonos ne használt volna ki minden pályázati lehetőséget a folyamatos fejlődés érdekében. Így minden évben megvolt, mik kerülnek fejlesztésre (raktárkapacitás, gyümölcsfeldolgozó, cefretárolók, irodák, kóstolóház, gyümölcsös). Nem hiába nőtte ki magát a Zsindelyes Pálinkafőzde napjaink egyik legnagyobb manufaktúrájává. A fesztiváljaira is évről évre egyre többen voltak kíváncsiak, és idén már 14.907 fő látogatott ki.²⁶

²⁶ http://zsindelyes.hu/ujabb_rekordot_dontott_a_zsindelyes_fesztival__most_mar_otodjere

4.9. A PÁLINKA JOGVISZONYA

Olyan fontos nemzeti termékek esetében mint a pálinka, szükség van szabályozásra is, amely a hazai sajátosságokat is figyelembe vevő, részletes előírásokat tartalmaz. 2002 volt a pálinka újjászületésének éve, amikor a Magyar Élelmiszerkönyv Bizottság Szeszesital Szakbizottsága az új előírást elfogadta (MÉ 1-3-1576/89)²⁷, ami 2002. július 1.vel hatályba is lépett. Ettől a naptól különböztetünk meg újra pálinkát és szeszesitalt.

A következő fontosabb döntés „A pálinka előállításának szabályairól szóló 148/2004. (X.1.) FVM-ESZCSM-GKM együttes rendelet”.²⁸ volt, melynek főbb pontjait összegezve a lentiekben sorolom fel:

- **Pálinkának** csak olyan gyümölcs párlat nevezhető, amelyet Magyarországon termelt gyümölcsből – ideértve a gyümölcsvelőt is – készítettek, és amelynek cefrézését, párlását, érlelését és palackozását is Magyarországon végezték. Sűrítmenyből, aszalványból, szárítmányból készült termék nem nevezhető pálinkának;
- **Kisüsti pálinka:** az a gyümölcs- és törkölypálinka, amelyet legfeljebb 1000 liter ürtartalmú, rézfelületet is tartalmazó lepárló berendezésben, legalább kétszeri szakaszos lepárlással állítottak elő;
- **Érlelt pálinka:** az a gyümölcs- és törkölypálinka, amelyet legalább 3 hónapig érleltek 1000 liternél kisebb, vagy legalább 6 hónapig érleltek 1000 literes vagy annál nagyobb térfogatú fahordóban;
- **Ópálinka:** az a gyümölcs- és törkölypálinka, amelyet legalább 1 évig érleltek 1000 liternél kisebb, vagy legalább 2 évig érleltek 1000 literes, vagy annál nagyobb térfogatú fahordóban;
- **Gyümölcságyon érlelt pálinka vagy ágyas pálinka:** az a gyümölcspálinka, amelyet gyümölcscsel együtt érleltek legalább 3 hónapig. A gyümölcságy a pálinka fajtájával azonos, ha egy gyümölcs megnevezésével jelölik, illetve tartalmazhat többfajta gyümölcsöt, de ebben az esetben csak vegyes gyümölcs ágyaspálinkának nevezhető. 100 liter gyümölcságyon érlelt pálinkához vagy ágyas pálinkához legalább 10 kg érett, vagy legalább 5 kg aszalt gyümölcsöt kell felhasználni.

²⁷ http://www.fvm.gov.hu/doc/upload/200407/ajanlas_szeszesital.pdf

²⁸ (Magyar Közlöny, 139.szám, 2004)

2008. évi LXXIII. számú törvény.²⁹ a fent említett törvényt még 2 ponttal egészíti ki. A 2 pont pedig a következőket tartalmazza:

- A Pálinka Nemzeti Tanács segíti a pálinka előállítását, származását, minőségét és eredetvédelme egységes szabályozásához és annak végrehajtásához fűződő közös magyar érdek előmozdítását;
- **Törkölypálinkának** csak olyan törkölypárlat nevezhető, amelyet Magyarországon termelt szőlő törkölyéből készítettek, és amelynek cefrézését, párlását, érlelését és palackozását is Magyarországon végezték. A pálinkát és a törkölypálinkát nem lehet ízesíteni, színeztetni, édesíteni még a termék végső ízének lekerekítése érdekében sem. A pálinka és a törkölypálinka bármilyen arányú keverésével készült terméket – még akkor is, ha a termék alkoholtartalma 100%-ban e két összetevőből származik – kizárólag csak szeszesitalnak lehet nevezni. Amennyiben bármelyik feltétel nem teljesül, nem nevezhető pálinkának, illetőleg törkölypálinkának.

Mielőtt a Nemzeti Adó- és Vámhivatal³⁰ megalakult, a Vám- és Pénzügyőrség Országos Parancsnokságának illetékes dolgozói kiadtak egy szórólapot, melyben összefoglalják legfontosabbakat az otthoni párlatkészítésről. Így aki az otthoni pálinkakészítésre adja a fejét, megismerheti a leglényegesebb tudnivalókat. Vagyis inkább otthoni párlatfőzésre, mert hogy a törvény megfogalmazása szerint, aki otthon főzi ki a cefréjét bizony nem pálinkát főz, hanem párlatot.

Az elmúlt év szeptemberében életbe lépett jövedéki törvénymódosítás óta már több mint egy telt el, ennek ellenére sokan nem ismerik még a részleteket, így fesztiválokra szinte „*állandó kiállítóként*” jelen lévő NAV-soknál szép számmal érdeklődnek. A szórólap főbb pontjait alább ismertetem, amely **2003. ÉVI CXXVII.** törvény módosítása is egyben.³¹

²⁹ (Magyar Közlöny, 164.szám, 2008).

³⁰ továbbiakban NAV.

³¹ (Magyar Közlöny, 132. szám, 2010)

„Magánfőzésben a 18. életévét betöltött személy saját vagy vásárolt gyümölcsből évente, kizárólag személyes fogyasztásra **50 liter 86 fokos párlatot** állíthat elő saját tulajdonú lepárló berendezésen adómentesen. (Ez például 86 liter 50 fokos vagy 100 liter 43 fokos párlatnak felel meg.) Amennyiben a magánfőző e mennyiség felett állít elő párlatot, illetve ha a párlatot a magánfőző értékesíteni kívánja, meg kell fizetnie a jövedéki adót, és az előállítást a vámhatóságnak három munkanappal korábban be kell jelentenie. A magánfőző által egy évben előállított párlat mennyisége nem haladhatja meg a 2 hektoliter tiszta szesz mennyiségét - azaz a 400 liter 50 fokos párlatot, amelyből a fentiekben említett mennyiség az adómentes.

Ha a magánfőzés keretében előállított párlat mennyisége nem haladja meg az adómentes 50 liter mennyiséget, és az előállított párlat a háztartásban való személyes fogyasztásra szolgál, a magánfőzőnek a vámhatóság felé bejelentési kötelezettsége nem keletkezik.

Magánfőzést végezni legfeljebb 100 liter űrtartalmú lepárló-berendezéssel lehet, amely kizárólag a magánfőző lakóhelyén vagy gyümölcsöse helyén használható, és amelyet vámhatóságnak nem kell bejelenteni.

Amennyiben egy háztartásban több magánfőző él, akkor az adómentesen, illetve az adó megfizetésével előállítható mennyiségek egybeszámítandók. Egy háztartásban akkor is csak 50 liter párlat állítható elő adómentesen, ha abban több magánfőző él, azaz **az adómentes mennyiséget a háztartásban élő magánfőzők nem vonhatják össze.”**

Lepárló berendezést gyártani, értékesíteni kizárólag a vámhatóság engedélyével lehet. A desztillálóberendezés műszaki, technológiai megfeleléségét a vámhatóság nem vizsgálja. A desztillálóberendezés beszerzésével, birtoklásával kapcsolatban a magánfőzőnek semmilyen bejelentési kötelezettsége nincs a vámhatóság felé. Mindezek mellett azonban, ha a magánfőző saját maga állítja elő a párlat előállítására alkalmas desztillálóberendezést, azt kizárólag a vámhatóság engedélyével teheti meg.

A párlatot értékesíteni akkor lehet, ha a magánfőző kistermelőnek minősül, és megfizette a jövedéki adót, az értékesítés palackozva, legfeljebb 2 literes kiszerezésben és párlat zárjeggyel ellátva a kistermelő saját gazdasága helyén folytatott vendéglátás vagy falusi szálláshely-szolgáltatás keretében történhet.

A bérfőzdekben előállított párlat után 50 literig (86 fokos párlat) nem kell megfizetni a jövedéki adót, az a fölötti mennyiségre a jövedéki adó jelenleg 1380 forint, 1 liter 50 fokos párlat esetén.

A **vámhatóság az ellenőrzései során** a jövedéki szabályokban meghatározottak teljesülését vizsgálja, így többek között a bejelentési kötelezettség teljesítését, a párlat értékesítésére, elidegenítésére vonatkozó szabályok betartását - például: a párlat továbbra sem ajándékozható.

A **vámhatóság vizsgálni fogja** továbbá – az alkoholvizsgáló mobillaboratórium bevonásával végzett ellenőrzések alkalmával – a közúton, közterületen, nem jövedéki engedélyes kereskedők üzlethelyiségeiben (elsősorban olyan vendéglátó-ipari üzletekben, ahol párlat illegális forgalmazása eltelezhető) megtalált olyan alkoholtermékeket, amelyeket vélhetően magánfőzés vagy bérfőzés keretében állítottak elő. A vámhatóság az előzőeken túlmenően a jövőben is elvégzi az ellenőrzött információkat tartalmazó – például a bérfőzetőkre vagy a magánfőzőkre vonatkozó – közérdekű bejelentések kivizsgálását is.

Az 50 liter adómentes mennyiség feletti előállításról tett nyilatkozatában a magánfőző nyilatkozik arról, hogy a tárgyévben sem ő, sem a vele egy háztartásban élő más személy nem állít vagy állított elő bérfőzésben párlatot. Az adó megállapításához szükséges adatok tekintetében történő valótlan nyilatkozat megtétele esetén a jövedéki bírság 20 ezer forinttól 200 ezer forintig terjedhet.

Amennyiben a magánfőző vagy a bérfőzető a párlatot a jövedéki szabályban foglaltaktól eltérően – nem kistermelőként saját gazdasága helyén folytatott vendéglátás vagy falusi szálláshely-szolgáltatás keretében – **értékesíti**, az értékesített párlat adózás alól elvont jövedéki terméknek minősül. Ebben az esetben az adózás alól elvont termék mennyiségének és a bírság megállapításakor hatályos adómértéknek megfelelő mértékű jövedéki bírságot fizet.

A vámhatóság a magánfőzésre használt desztillálóberendezést lefoglalja, ha:

- a magánfőző a bejelentésében az adó megállapításához szükséges adatok tekintetében valótlan nyilatkozatot tesz;
- tárgyévben bérfőzés keretében előállított párlatra vonatkozóan a magánfőző valótlan nyilatkozatot tesz;
- a magánfőző a desztillálóberendezést a párlattól eltérő alkoholtermék előállítására használja;
- a magánfőző a párlatot a fentiekben ismertetettektől eltérően értékesíti.

4.10. EREDETVEDETT PÁLINKÁINK

Az égetett szeszes italok esetében a hagyomány valamint a specialitások védelmét a legmagasabb szintű uniós jogszabály biztosítja. A megnevezésük: oltalom alatt álló földrajzi árujelzővel ellátott termékek. Ez az oltalom, védelem kétféle lehet:

- Termékcsoportra vonatkozik (Pl. whiskey, ouzo, grappa, pálinka) és a védelem egy egész országhoz kötött;
- Országon belüli egyes tájegységek különleges értékeire vonatkozik: a termékhez, jelen esetben a pálinkához kapcsolódó hagyomány, generációk munkája révén ismertté és ezzel piaci értékévé vált földrajzi megnevezés védelmét szolgálja.

E védelem miatt is mondjuk a pálinkára, hogy hungarikum. Ezzel is jelezve a pálinka egyediségét és különlegességét. Hétköznapi értelemben vett megfogalmazás szerint tehát a hungarikum az az értékes, ritka, és speciális termék, amelyet magyar földön, magyar módon állítottak elő:

- *A védett eredet-megjelölésű földrajzi oltalom alatt álló termékek.* A termék minőségét elsősorban az adott földrajzi környezet, illetve az ott alkalmazott technológia határozza meg. Röviden eredetvédett³² termékeknek nevezzük ezeket. A termék előállításának minden lépése kizárólag a termékleírásban elfogadott módon, annak megfelelően az adott földrajzi területen történhet;
- *A hagyományos különleges tulajdonságú termékek:* ezeket az elfogadott és tanúsított termékleírásnak megfelelően bárki, bárhol előállíthatja. Ilyen termék a szikvíz.

Hazánkban a védett eredet-megjelölésű földrajzi oltalom alatt álló termékek³³ közé jelen pillanatban nyolc pálinka tartozik (Ezen eredetvédett pálinkáknak törvény írja elő, hogy mely területeken származó, milyen típusú gyümölcsből lehet csak készíteni):

- Békési szilvapálinka, Göcseji körteapálinka, Gönczi barackpálinka, Szatmári szilvapálinka, Pannonhalmi törkölypálinka, Szabolcsi almapálinka, Újfehértói fürtös meggyapálinka, Kecskeméti barackpálinka.

³² <http://www.magyarpalinkahaza.hu/cikkek/eredetvedett-palinkak/>

³³ 5.sz. .mellékletben található Magyarország eredetvédett pálinka térképe.

4.11. A PÁLINKÁVAL KAPCSOLAT BELSŐ PROBLÉMÁK

A pálinka szárnyalása újjászületésének első nyolc éve után megtorpant. Itthon nem csak a pálinkafőzők, hanem a kereskedők, a vendéglátók és a pálinkafogyasztók is a hazai gyümölcspárlat sikertörténetéről áradoztak. Nem minden ok nélkül. A pálinka betört a HORECA szektorba is, közben jelentősen nőtt a kereskedelmi engedéllyel rendelkező pálinkafőzdek száma. Csakhogy a gazdasági válság ezt az ágazatot sem kímélte. Az első jelek a Budapest belvárosában 2006 őszén nyitott pálinkaszaküzletek – Zsindelyes, Snapsz Házak, Panyolai, Rézüsti, Mesterpálinkák – az elmúlt év végére mind bezártak, ehhez természetesen hozzátartozik az is, hogy ezen cégek olyan helyen nyitottak üzletet, ahol nem a helyi lakosság, hanem a turisták tették ki a vásárlók igen nagy százalékát. Jelenleg Magyarországon igen rossz döntés, csak a turistákra alapozva pálinkáriumot nyitni, vagy mást profillal együtt kell azt üzemeltetni, ilyenek a kávézók, bisztrók.

A 2010-es évet ettől függetlenül is, súlyosabb okok miatt a pálinka „fekete” éveként jegyzi, a rossz időjárás okozta gyenge minőségű és mennyiségű gyümölcstermést hozott, ennél fogva az gyümölcsök árai kétszer-háromszor többbe kerültek mint az elmúlt években. Kétszer történt jövedéki adó emelés, szeptember 27-én bevezették az otthonfőzés intézményét, és bizonyos mennyiségig adómentességet biztosított az otthon- és a bérfőzésben főzött párlatokra. E törvénymódosítás pedig minden érintett szerint is, jelentős háttal lesz a pálinka jövőjére. És nem feltétlenül pozitív előjellel.

Az égetett szeszes italok forgalma 18 százalékkal múlta alul az előző évi adatokat. Ezen belül a pálinka az értékesített mennyiség értékében 6 százalékot esett vissza.

Noha a 2011-es évben eddig kiváló gyümölcstermés mutatkozott, ez mégsem könnyíti meg a pálinkapiaci szereplők helyzetét. Ugyanis hiába kínálnak a termelők sok és jó gyümölcsöt, az árak borsosak, mert a termelők nem engedtek a 2010-es áraikból. Ami a pálinka folyamatos drágulását jelenti. De ez a kisebb, ha nem is kis gond. A nagyobb, hogy kezd beigazolódni, amitől sokan tartottak, mégpedig az, hogy a magánfőzés bevezetésével két féle pálinka lesz az országban és ami még rosszabb: a piacon. Az alapvető gond, hogy a gyümölcsismeret, a cefrekészítéshez és a lepárláshoz szükséges szakismeret hiánya, valamint a nem megfelelő berendezések és technológia alkalmazása miatt lényeges a különbség az otthon és a bérfőzésben főzött párlat és a manufaktúrákban készült minőségi pálinkák között. Tisztelet a kivételnek. Mindamellet a minőségi pálinkafőzdek tulajdonosai azt remélik, hogy az a meglévő, és évről évre gyarapodó fogyasztói réteg, akik a prémium pálinkákat kedvelik, megmaradnak valódi nemzeti italunknál. Azt pedig ne fe-

lejtsük el, hogy csak ez a minőségi kategória öregbítheti a pálinka jó hírét. Jogalkotók is sejtették ezt, hiszen a törvény az otthonfőzés és a bérfőzés esetében következetesen nem pálinkáról, hanem párlatról beszél. Ugyanakkor, és e tekintetben ez a még nagyobb gond, kezd beigazolódni, hogy minden törvényi tiltás ellenére az otthonfőzők és a bérfőzők egy része nem a megengedett mennyiségben készít párlatot, ami pedig különösen veszélyes a pálinka presztízsére.

A másik nagy gond a szakmán belül, hogy a két lepárlási módszer nagyban eltér (kisüsti és dúsítótornyos). Itt felmerül egy kérdés, miszerint miért hungarikum a pálinka? Ez elsősorban nem szakmai kérdés, vagyis hogy jó-e az egyik és rossz-e a másik? Hanem hogy a magyar pálinkafőzés a hagyományos kisüsti módszer alapjain nyugszik. Ez ténykérdés. Amikor 2002-ben megszületett az Élelmiszerkönyv rendelkezése, és 2004-ben megkaptuk a védettséget, akkor Magyarországon szinte 100%-ban kisüsti módszerrel főzték a pálinkát. Ezért aztán lehet, hogy valakinek jobb a tornyos technológia, az illatosabb pálinkákat szereti, még az is lehet, hogy azon is lehet testes pálinkát főzni, mindez nem lényeges. Azért nem, mert amikor európai ital lett a pálinka, akkor kisüsti volt. Ez pedig azért fontos, mert valahogyan meg kell különböztetni a pálinkát a többi európai gyümölcspárlattól, mondjuk például a snapsztól. Ha elkezdenek tornyoson illatos, italt főzni és azt mondják rá, hogy közelítünk az osztrák vagy német minőséghez, mert kijárnak a World Spirits Awardra és a Destillátóra és ott jó eredményeket érnek el, itthon pedig a versenyeket a tornyos pálinkák nyerik, az nem lesz jó. Ne mondjuk azt, hogy minőségben megpróbálunk felzárkózni a snapszhoz, mert elsősorban a pálinkához kell felzárkózni. Másnak kell lennie, olyannak amelyet a hagyományaink diktálnak.

Piros László a Pálinka Nemzeti Tanács alelnöke, a Magyar Pálinka Lovagrend nagymestere, a Vidékfejlesztési Minisztériumban 2011. június 16.-án megrendezett Országos fórumon, amely a Pálinka Jövőképéről szólt, ennek hangot is adott. Elmondása szerint ezt a problémát az elmúlt időszakban berendezésfüggővé silányították egyesek. Véleménye szerint minden információ rendelkezésre áll a főzdemestereknek és Pálinka Nemzeti Tanácsnak is, hogy ezt a vitát lezárják. A megfelelő szervezeteknek pedig lépniük kellene, hogy ellenőrizzék és határozzák meg mi a pálinka. Meg kellene alkotni az unióban védetté nyilvánított törköly- és gyümölcspálinka termékleírását, meghatározni a minőséget és a mérhetőséget, meg kell felelnie azoknak a kritériumoknak, ami miatt a pálinka Magyarországon értékmérő volt és annak is kéne maradnia. Sajnos a pálinkaszakma sem mentes a vitáktól, de az sem lenne a legjobb, ha minden manufaktúra egy irányba menne.

Sajnos emellett a másik nagyon gondot az jelenti, hogy egyelőre nincs pénz külföldi piacok meghódítására, itthon telítődött a piac látszik, vagyis innentől kezdve ez már nagyon komoly konkurencia harc. Mindenki megpróbál a saját eszközeivel élni, ez pedig egyértelműen a kisebbek szenvedik el. Vagyis akkor tud valaki nőni, ha a másiktól elveszi a piacot.

4.12. NEMZETKÖZI EXPANZIÓ

Ebben a fejezetben a pálinka nemzetközi térnyerésével foglalkozom. A fesztiválok alkalmával, számos főzőmesterrel volt alkalmam beszélgetni, és mindegyikük ugyanazon az állásponton volt. A magyar pálinka már megérett a terjeszkedésre, viszont a főzdek még nem állnak erre készen. Ezt elsősorban azzal magyarázták, hogy egyelőre nincs elég gyümölcsös hazánkban, illetve a beruházások számát meg kellene sokszorozni. Összehasonlításképpen más világhírű párlatokkal, mint a francia konyak, a skót whisky, az orosz vagy finn vodka, ezeknél is mind az alapanyag mennyisége a meghatározó, hogy mennyi lesz az export mennyisége. A pálinkánál viszont van egy visszatartó erő, ami nagyban limitálja a kiviteli lehetőségét, ez pedig nem más, hogy a gyümölcs csak hazánkban teremhet. Ahhoz pedig, hogy a gyümölcstermés megsokszorozódjon, rengeteg pénz kell. A külföldi piacra való betörésre először piaconként legalább 1-1,5milliárd forintba lenne szükség, jelenleg ezt az összeget sem az állam, sem a cégek nem tudják előteremteni. Mindezekelőtt, először egy **brandet kellene csinálni**, ami a pálinka névre hallgat. De elsősorban nem azzal kell kezdeni, hogy a környező országokat teleplakátozni a pálinkával, amikor azt az adott célországban nem lehet még megfelelő mennyiségben kapni vagy semennyire sem.

Sok nemzetközi ital sikerességének titka nem a pálinkától való jobb minőségén, hanem a kitűnő marketingjén múlik. Az is kérdés, milyen árkategóriában kíván a pálinka megjelenni? A 100 kg cefréből kinyerhető pálinka mennyisége fajtanként meghatározott. A gyümölcs árszintje nagyban befolyásolja a pálinka előállítás költségeit. Mivel a főzdek minőségi gyümölcsöt használnak, a fogyasztott gyümölcs árszínvonalával kell versenyezniük. Így egy rosszul termő évben jóval magasabb gyümölcsár prognosztizálható.

A másik nagy gond az előző fejezetben is említett dúsítótornyos versus kisüsti módszer. Amíg nem találják meg a pálinka valódi identitását, addig kár világhírről álmodni.

Sajnos a hazai pálinkás szakma még nem egységes, ezért a külföldi piacra lépés jelen állapotunkban még nem lehetséges. Erre megfelelő ráfordítás esetén is legalább

4-5-6évet kell várni, hogy a „gyümölcs beérni” látszódjon. Viszont a magyar pálinkának ami a legnagyobb előnye, az a legnagyobb hátránya is. Ugyanis a gyümölcstermés nem mind évben ugyanilyen, így a minősége változó lesz. Ezért lenne szükség blendelésre, amivel évről-évre ugyanolyan minőségű terméket lehetne előállítani. A legelső cég, aki elkezdett blendelt pálinkát forgalmazni a Rézangyal volt³⁴. Saját főzdével nem rendelkeznek, így az országban megtalálható majdnem minden főzdet végigkóstoltak minőségi pálinka utána kutatva, amivel később állandó minőséget tudnak a piacra vinni. Megalapításuk legelején a pálinkás szakma nem fogadta kitörő örömmel az ötletet, mert ők úgy gondolták, hogy ők majd „pancsolni” fogják a pálinkát. Napjainkra megpróbálták a hitetleneknek bizonyítani egy egyszerű példán keresztül, miért is nem rossz a blendelés. Gondoljunk csak a legnagyobb whisky márkákra, a Ballantinesra, Chivas Regalra és Red Labelre. Ezek szerint az elébb felsoroltak is csak „pancsolt szeszek”, mégis van köztük olyan, amelynek üvegéért elkérnek több tízezer forintot is. Vagyis bárhol vásárolja az ember a világban, mindenütt ugyan olyan a minőségük. Mert blendelik. Természetes, hogy a prémium főzdek tudnak egyedileg jobb minőséget előállítani.

A Rézangyal idén létrehozott „esernyőmárkát”, amit 2011 májusában kezdtek el építeni, és egy átfogó pálinkakínálatot kínál. Benne a Rézangyallal, a Suhancossal, a Márton és Lányai valamint a Békési pálinkákkal. Ez a kínálat azért is jó a vendéglátósoknak, nagykereskedőknek és fogyasztóknak egy helyről meg tudja kapni a „legolcsóbb” kategóriától a top-prémiumig a teljes szortimentet.

A Rézangyal célja pedig az volt, hogy bemutasson egy olyan blendelt pálinkát a hazai piacnak, amely állandó minőségével egyrészt biztos választás lehet a hazai fogyasztók számára és megfelelő termelési kapacitással szinte biztos lehetőséget ad a határok átlépésére is. Gondoljunk csak a whisky példájára, amely megmutatja, így is lehet világszínvonalú italt prezentálni.

³⁴ http://www.4cent.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=354:lehet-e-vilagcikk-a-palinka-3-resz&catid=1:palinkavilag&Itemid=2

5. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Miután végigmentünk a pálinka „körútján”, megláthattuk mennyire sokszínű, értékes és számtalan lehetőséget még magában tartogató. Bármilyen attrakció is érdekel minket, a magyar hungarikumunk biztos ott lesz a helyszínen. Legyen az aktív vagy passzív turizmuson belül akár, lovagolhatunk, vadászhatunk, gyógyulhatunk egy termálfürdő mellett vagy akár meglátogathatjuk a nagyobb főzdek kóstolóházait is egy kis természetjárással megfűszerezve azt. Eme manufaktúrák Budapesttől kocsival is könnyen megközelíthetők. Véleményem szerint a pálinka még rengeteg lehetőséget rejt magában, mint nemzeti, mint nemzetközi szinten, amiből a maximumot csak összefogással lehet kihozni.

SWOT elemzés a pálinka turizmusáról

<u>Erősségek</u>	<u>Gyengeségek</u>
Egyedülálló íz és illatvilág Óriási kínálat Könnyű megközelíthetőség Félévente újdonságok Fesztiválok évről-évre több látogató 2010-11-12-re befejeződő fejlesztések Szezonalitásmentes	Kevés gyümölcsös Magas adótartalom és ár Összefogás hiánya Tőke hiánya Lakosság felkészületlensége Alacsony jövedelműeknek elérhetetlen Magas belépőjegyárak
<u>Lehetőségek</u>	<u>Veszélyek</u>
Összefogás Beruházások, pályázatok Termelés növelése Saját identitás megtalálása Falusi turizmus Szigorúbb törvényi szabályozás Folyamatos innováció Tematikus utak Szolgáltatások bővítése	Tőkehiány Rossz reklámozás „Belemagyarázós marketing” Folyamatos adóemelés Kevés termék előállítás a nemzetközi piacon Megtévesztés 2 féle „pálinka” a piacon Profitéhség

5.1. JAVASLATOK A PÁLINKATURIZMUS FEJLESZTÉSÉHEZ

Az erősségek közé sorolnám a **2010-11-12-ben befejezett vagy befejeződő fejlesztéseket**. Ez arra utal, hogy a főzdetulajdonosok látják a jövőt és jövedelmezhetőséget a pálinkában, ezért mernek bele fektetni. Ilyenek a kóstolóházak és néhány gyümölcsös védelmére kiépített fagyvédelmi rendszer. A saját fesztiválokba történő investálás is egyre több látogatót vonz, mert az ilyen eseményeken, nemcsak a pálinka jelenik meg, hanem egyéb kézműves, gasztronómia és házi termék is. Nem is beszélve a Budavári és Gyulai pálinkafesztiválról, amelyre évről-évre egyre többen kíváncsiak.

A másik nagy erőssége az **óriási kínálat**. Jelenleg ma Magyarországon több mint 50 kereskedelmi főzde található és ez a szám félévente változik, szerencsére pozitívan. Egy főzde legalább 3 féle pálinkát hoz kereskedelmi forgalomba (víztisztá, hordóban érlelt, gyümölcságyon érlelt), természetesen a kínálat legalább 6-7 gyümölcsfajtából áll össze. Az így kialakult szortiment országos szinten minimum 1000 felé pálinkára rúg és mindegyik egyedi. Vagyis nem lehet összehasonlítani semelyik más ország párlatával, legyen az grappa, ouzo vagy whiskey. Véleményem szerint ma Magyarországon a pálinka az egyetlen olyan turisztikai fogyasztási termék, ami **nem küzd szezonálítási problémákkal**, hiszen kultúránknak köszönhetően mindig akad valamilyen ok eme nemes nedű élvezetére. Legyen az akár télen, tavasszal, nyáron vagy ősszel. Minden évszaknak megvan a maga fogyasztási története.

Számos erősség mellett, sajnos gyengeségekkel is találkozunk. Érzésem szerint a legnagyobb gyengesége az országnak, hogy az emberek és a főzdek **nem fognak össze**. Nem együtt, hanem külön-külön akarják a céljaikat elérni, így erőforrásaik elaprózódnak és nem tudnak esetleges más fejlesztéseket időben abszolválni. A **gyümölcsösök** bővítésének **hiánya**, a gondolt földterület vásárlások elhalasztódnak, ami azért is lenne fontos, mert csak bizonyos mennyiségű párlattal lehet elkezdni egy nemzetközi expanziót. Harmadik gyengeség véleményem szerint az, hogy az **alacsony jövedelműek** számára **elérhetetlenek** a prémium minőség párlatok és nagyobb fesztiválok. Ugyanis vidékről a a fesztivál helyszínére történő felutazás egy család számára is már igen megterhelő összeg, nem beszélve a belépőről és a kóstolásról. Ezeken lenne érdemes változtatni úgy, hogy a fesztiválok szervezését nem külsős cégeknek kiadni, hanem a Pálinka Nemzeti Tanács vagy a

Pálinka Lovagrend is le tudná bonyolítani a rendezvényt és annak szervezését. Így a kiállítóknak sem kellene az elmúlt években egyre csak növekvő helypénzt sem fizetni, helyette csak egy jelképes összeget, ezzel lehetne redukálni a kóstolók árát.

Veszélyek között elsősorban a **tőkehiányt** emelném ki, amely egyaránt érvényes a kis és nagy főzdekre egyaránt. Egyikük sem tud tőke nélkül befektetni, sem gyümölcsösbe, sem technológiaiba, a „kicsik” vagyis új főzdeknek ráadásul tőke nélkül nincs lehetősége a belső piacra törni. Így ha nem tudják eladni terméküket, tönkremennek. A nagyobb manufaktúrák pedig elég anyagi háttér nélkül nem tudnak a nemzetközi versenybe beszállni. A másik nagy veszélyt a **„belemagyarázós” marketing** és a **profitéhség** jelenti. Míg előbbi a borhoz hasonló érzékszervi minősítésénél szokták mondani, hogy „milyen citrusos, fűs-fás jegyekben gazdag, csokoládés utóíz” **A megadott forrás érvénytelen..** Ez a bornál igaz lehet, mert a fahordós érlelésnél szoktak az íz és illatvilágot javítani. Sajnos a pálinkánál erről már nem lehet szó, mihelyst valami idegen anyag kerül a bele, onnantól kezdve már csak likőrnek nevezhetjük. A **profitéhség** magában nem lenne gond egy ténylegesen fejlett gazdaságú országban, ahol a lakosság jövedelme és diszkrecionális jövedelme is egyaránt magas. Ez azonban nem így van, s mint már a gyengeségnek említettem, az alacsony diszkrecionális jövedelemmel rendelkezők nem engedhetik meg maguknak egy-egy ilyen fesztivál meglátogatását. Természetesen a sor nem ér véget a lakosságnál, a kiállítók is panaszkodnak a magas helyárák, illetve a bevételük után fizetendő jutalék mértéke miatt is.

Számtalan lehetőséget rejt magában a pálinka. A legnagyobb potenciált természetesen az összefogás jelentené. Amint az az előzőekben leírtam, elég nehézkesen működik. Pedig a közös célok elérése érdekében szerveződött közösségek könnyebben tudják céljait teljesíteni. A nemzeti piacon belül nem kell ellenfeleket, hanem partnereket kell látni. Akikkel közösen, ugyanazon nemes célért tudnánk beruházni, így növelni a termelésünket. Az állam által alkalmazott törvényalkotás során, nemzeti hungarikumunkat sokkal jobban lehetne védeni.

Szerencsére napjainkban már elég nagy népszerűségnek örvend a minőségi pálinka, és 2010/2011 fordulójától pedig már önálló pálinkaturizmusról is beszélhetünk. A pálinkaturizmus, a borturizmushoz hasonlóan az agroturizmus egyik speciális típusa, mely a

helyi termékek eladására és bemutatására épül. Nem tömegigényeket próbál meg kielégíteni, hanem a pálinkamanufaktúrák, idegenforgalmi vállalkozások igényeit és az egyedi élményekre vágyó turistát egyszerre szolgálják.

A pálinkaturizmus esetében az élmény alapja elsősorban a pálinka, illetve likőrök és a felhasználásával készült egyéb italok, másodsorban pedig a hozzá kapcsolódó szolgáltatások, mint a tematikus utak és pálinkakóstolók képzik. A nagyobb tőkével rendelkező pálinkafőzdek az általuk szervezett fesztiválok és kóstolóházi látogatások során a látogatók különböző alap és kiegészítő (*városnézés, a helyi népi kultúra bemutatása, kirándulás, túrázás*) vehetnek részt. E programok nagy általánosságban a laikusok számára szólnak. Azon a szakmai utak is kiemelkedő és fontos szerepet játszanak. Ezek alkalmával már komolyabb szakmai témákat is fel lehet hozni, mint beszédtema (cefrézés, gyümölcsös védelem, érlelés).

Alapvető követelmény a prémium minőség megléte, hiszen a vállalkozók a saját termékük eladását tartják szemük előtt. Nem elhanyagolható, hogy minden állomáson a pálinka legyen a fő téma, illetve a kóstolóházakban az adott térség építészei kultúrája is megmutatkozzon és a tárgyakról is sugározzon, hogy nem csak „oda” lett téve.

A pálinkaturizmusnak mind a gazdaságra és infrastruktúrára illetőleg a foglalkoztatásra gyakorolt hatása is egyre jelentősebb lehet. A turizmus fellendítése bevételt generál a vállalkozóknak, akik ezt az összeget visszaforgatva továbbfejleszthetik vállalkozásukat. Így a turizmusban rejlő és átélt sikerek a lakosságot is ráébresztheti arra, hogy érdemes ebbe a turizmusfajtába fektetnie.

A pálinkaturizmus az alábbi változásokat hozhatja, a borturizmusos hatásokat alapul véve³⁵:

- figyelmet fordíthat a környezetvédelemre;
- fejlesztheti az infrastruktúrát;
- serkentheti a közlekedést;
- bővítheti a vendéglátóhelyek kapacitását;

³⁵ http://www.strazsaborrend.hu/dynamic/borturizmus_alapjai.pdf

Napjainkban nem csak a jó módúak fogyasztanak pálinkát, hanem minden 18. életévét betöltött ember, legyen férfi vagy nő, viszont csak a tehetősebbek engedhetik meg maguknak a főzde és kóstolóház látogatásokat. Egyikből sincs két egyforma, vannak olyanok melyek a település közigazgatási határán kívül tevékenykednek, vannak akik a településen belül. A kóstolóházak, amiket eddig volt szerencsém meglátogatni vagy teljesen új építésűek voltak, az adott kultúrkörhöz tartózan persze, vagy egy már meglévő gazdasági épületet alakítottak át. A prémium minőségű pálinkák, a szakképzett főzőmesterek, a tisztelet és a hagyomány e termék iránt adott. A vendégszeretettel, amiről mi magyarok híresek vagyunk, a városi és vidéki atmoszférával sincs gond. Ezekhez mellé már csak megfelelő és jó marketing, modern és/vagy régi típusú szálláshelyek és persze infrastruktúra kell.

6. ÖSSZEFOGLALÁS

Témaválasztásomnak megfelelően, a magyarországi pálinkaturizmus születését és perspektíváit mutattam be. Kiemelve mik játszottak közre eme turizmusfajta kialakulásában.

A pályamunkám megírásához saját tapasztalataimat, kérdőíves és az interjúalanyom megkérdezéséből leszűrt információkat használtam fel. A személyes tapasztalategyűjtésnél, időt és pénzügyi javakat nem kímélve próbáltam a legszéleskörűbb tudást összegyűjteni.

Ezen kívül természetesen a nyomtatott és online szakirodalmak is álltak, amik elengedhetetlenek egy széleskörű elemzéshez.

A harmadik fejezetben mutatom be a pálinkaturizmus egyes részeinek tanulmányozását. Először a fesztiválok tekintetében közelítettem, bemutatva a hazai és nemzetközi párlatversenyeket. Ezt követte az új termékek és innovációk illetve marketing részek bemutatása. Majd ezután következett a nemzetközi piacra való kijutás ismertetése. Legvégül pedig a jogi háttérét és belső problémáit szemléltettem.

A negyedik nagy fejezet tartalmazza a kutatásaim eredményét, itt kap helyet a SWOT elemzés is, amiben megpróbáltam rávilágítani a pálinka erősségeire, gyengeségeire, esetleges veszélyire és a benne rejlő lehetőségekre. Itt körvonalazódik, hogy a pálinkát, mint prémium kategóriás terméket a nemzetközi piacok.

7. IRODALOMJEGYZÉK

Szakirodalom

- Balázs, G. (2004). *Pálinka, a hungarikum*. Budapest: Állami Nyomda.
- Dr. Sólyom, L. (1986). *Pálinkafőzés - Kézikönyv kisüzemek számára*. (D. S. Lajos, Szerk.) Budapest: Mezőgazdasági Kiadó.
- Forman, B. (2003). *Az Európai Unió strukturális és előcsatlakozási alapjai*. Budapest: Európai Bizottság Magyarországi Delegációja.
- Kirsch, J. (1986). *A magyar élelmiszeripar története*. (K. János, Szerk.) Budapest: Mezőgazdasági Kiadó.
- Lengyel, M. (1994). *A turizmus általános elmélete*. Budapest: KIT Képzőművészeti Kiadó.
- Magyar Közlöny. (2004). 139.szám. *Miniszterelnöki Hivatal*, (old.: 11692-11693). Budapest.
- Magyar Közlöny. (2008). 164.szám. *Miniszterelnöki Hivatal*, (old.: 20002-20006.). Budapest.
- Magyar Közlöny. (2010). 132.szám. *Miniszterelnöki Hivatal*, (old.: 22478-22841.). Budapest.
- Michalkó, G. (2007). *Magyarország modern turizmusföldrajza*. Budapest-Pécs: Dialóg Campus Kiadó.
- Petzold, A., & Rosenmayer, A. (2006). *Pálinka Kalauz*. Eisenstadt: Eszencia Kiadó.
- Pozsony, F. (1998). Turizmus és népszokások. In F. Zoltán, *A turizmus mint kulturális rendszer* (old.: 125.). Budapest: Néprajzi Múzeum.
- Puczkó, L., & Rácz, T. (1998). *A turizmus hatásai*. Budapest: AULA - Kodolányi János Főiskola.
- Richards, G. (1996). *The Scope and Significance of Cultural Tourism*. Oxfordshire: CAB International.
- Tóth, T. (2008). *Regionális gazdaságfejlesztés*. Gödöllő: Szent István Egyetem.

Internetes források

<https://picasaweb.google.com/107521311407162030130/GocsejiFalumuzeum2010#5507207494946119394>; [letöltés ideje: 2011.10.21; 14:10]

<http://www.vasiszemle.t-online.hu/2008/06/balazs.htm>; [letöltés ideje: 2011.10.21; 14:13]

<http://www.deluxe.hu/internetes-palinkafozde-magyarorszag/20110607>;
[letöltés ideje: 2011.10.21; 14:42]

<http://www.ruszkaiusruszkaikft.hu/palinkafozo.php>; [letöltés ideje: 2011.10.21; 14:49]

http://www.nyirseghir.hu/cikk/omok_dijakkal_tert_haza_a_zsindelyes/13721
[letöltés ideje: 2011.10.21. 15:27]

http://zsindelyes.hu/palinkaval_toltott_bonbon__etcsokolade_es_tejsokolade_;
[letöltés ideje: 2011.10.21; 15:27]

<http://zsindelyes.hu/meggyecet>; [letöltés ideje: 2011.10.21; 15:34]

<http://www.konferenciak.hu/magazin/2329>; [letöltés ideje: 2011.10.25; 20:39]

http://palinkacentrum.bekesipalinka.hu/index.php?oldal=galeria&galeria=20110603_01_szilvapalinkaunnep_uzletembertalalkozo&kepszam=63&gsz=7;
[letöltés ideje: 2011.10.27; 1:24]

http://www.boraszportal.hu/carpe-iem/20101011/legutosebb_hazai_palinka_dizajn?lap=1;
[letöltés ideje: 2011.10.27; 1:03]

http://www.strazsaborrend.hu/dynamic/borturizmus_alapjai.pdf;
[letöltve: 2011.10.25; 10:25]

http://www.4cent.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=354:lehet-e-vilagcikk-a-palinka-3-resz&catid=1:palinkavilag&Itemid=2;
[letöltés ideje: 2011.10.26; 15:30]

http://zsindelyes.hu/ujabb_rekordot_dontott_a_zsindelyes_fesztival__most_mar_otodjere;
[letöltés ideje: 2011.10.19; 14:19]

http://www.fvm.gov.hu/doc/upload/200407/ajanlas_szeszesital.pdf;
[letöltési ideje: 2011.10.26; 15:34]

http://4cent.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=49:magyarorszag-roeviden&catid=1:palinkavilag&Itemid=2; [letöltés ideje: 2011.10.26; 11:40]

<http://www.palinkalovagrend.hu/>; [letöltési ideje: 2011.10.19; 21:31]

<http://www.palinkaoldal.hu/palinka/?/3/9>; [letöltési ideje: 2011.10.19; 20:30]

<http://www.palinkanemzetitanacs.hu/hu/kisuesti-palinkafozok-oroszagos-egyesulete>; [letöltési ideje: 2011.10.19; 21:00]

http://www.4cent.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=332:kavet-palinkaval-miert-ne-&catid=9:fesztival&Itemid=10; [letöltés ideje:2011.10.26;16:35]

http://www.4cent.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=214:world-spirits-award-szenzacios-magyar-szereples&catid=1:palinkavilag&Itemid=2; letöltés ideje: [2011.10.26; 17:09]

http://4cent.hu/index.php?option=com_content&view=article&id=192:palinkaversenyben-az-els-a-hundeszt&catid=10:hirek-emberek-esemenyek&Itemid=11; [letöltés ideje: 2011.10.26; 17:19]

MELLÉKLETEK

1. MELLÉKLET: HAGYOMÁNYOS PÁLINKÁS ÜVEGEK (FORRÁS: SAJÁT KÉSZÍTÉS 2011)



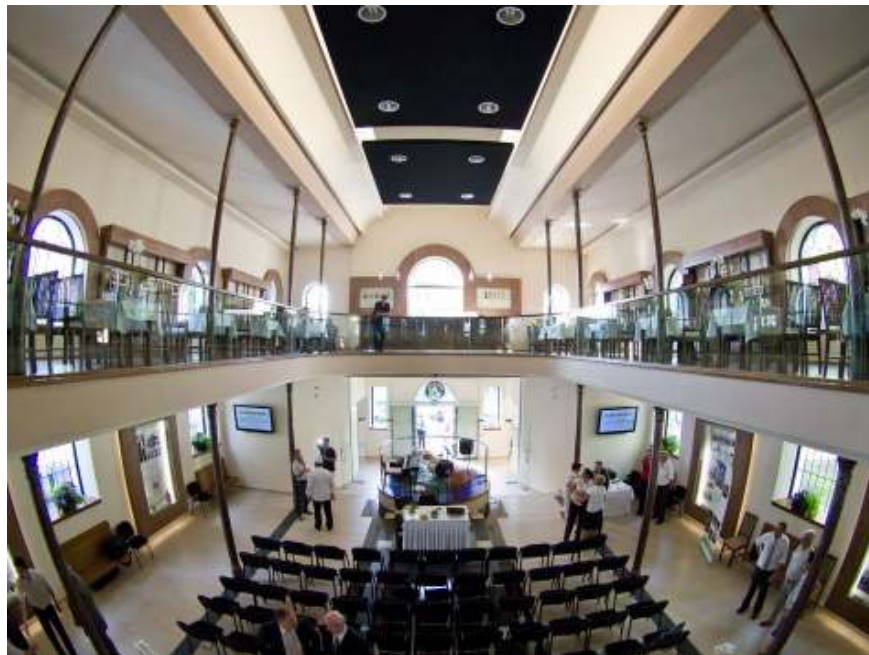
2. MELLÉKLET: KÜLÖNLEGESEBB PÁLINKÁS ÜVEGEK³⁶



³⁶ forrás: http://www.boraszportal.hu/carpe-diem/20101011/legutosebb_hazai_palinka_dizajn?lap=1,

3. MELLÉKLET: KÓSTOLÓHÁZAK ³⁷

7.1.



Békési pálinka centrum belülről



Békési pálinka centrum



Zsindelyes kóstolóház

³⁷forrás: http://palinkacentrum.bekesipalinka.hu/index.php?oldal=galeria&galeria=20110603_01_szilvapalinkaunnep_uzletembertalalkozo&kepszam=63&gsz=7,
<http://www.konferenciak.hu/magazin/2329>,

4. MELLÉKLET: KÉRDŐÍV

Tudományos Diákköri Pályamunkámat „A magyarországi pálinkaturizmus születése és perspektívái”ról írom, és ezzel kapcsolatos kutatásomhoz kérem az Ön segítségét. A kérdőív kitöltése névtelenül történik, az adatokat összesítve elemzem és szemléltetem a dolgozatomban. Ahol több választ is megjelölhet, ott ezt külön jelzem. A kérdőív kitöltése körülbelül 5-10 percet vesz igénybe.

Segítségét előre is köszönöm!

A prémium minőségű pálinka ismertségének kutatása

Írd be az adatait:

nem:

életkor:

1. Az alább felsorolt pálinka manufaktúrák közül melyikről hallottál? (több válasz lehetséges)

- ☐ BOLYHOS és FIA Bt.
- ☐ Zsindelyes Pálinkafőzde Kft.
- ☐ Békési Pálinka Zrt.
- ☐ Matheus Pálinkaház Kft.
- ☐ Rézangyal Kereskedelmi Kft.
- ☐ Kecskeméti Pajor Pálinka
- ☐ Gyulai Pálinka Manufaktúra
- ☐ Panyolai Pálinkák
- ☐ Hírös Kecskeméti Pálinkaház
- ☐ egyikről sem

2. Milyen gyümölcsből készült pálinkákat kóstoltál eddig? (több válasz lehetséges)

- ☐ Alma
- ☐ Meggy
- ☐ Körte
- ☐ Szilva
- ☐ Birs
- ☐ Barack
- ☐ Eper
- ☐ Vegyesgyümölcs
- ☐ Törköly
- ☐ eddig még nem kóstoltam
- ☐ Egyéb

3. Milyen típusú pálinkát kóstoltál már? (több válasz lehetséges)

- ☐ Fahordóban érlelt
- ☐ Gyümölcságyon érlelt
- ☐ Víziszta (sima), sem hordóban, sem gyümölcságyon nem volt érlelve
- ☐ Likőr (mézes, fűszeres)
- ☐ egyiket sem

4. Hallottál-e már pálinkafesztiválról?

- ☐ igen
- ☐ nem

5. Honnan hallottál róluk? (több válasz lehetséges)

- ☐ Újság, szórólap
- ☐ TV, rádió
- ☐ Internet
- ☐ Közösségi oldalak
- ☐ Család, barátok, ismerősök
- ☐ Egyéb

6. Ha igen, ellátogattál-e rá?

- ☐ igen

☐ nem

7. Ha nem, miért?

☐ Túl drága

☐ Túl nagy a tömeg

☐ Nem érdekel

☐ Nem volt időm

☐ Egyéb

8. Ha ellátogattál/ellátogatnál, mennyit költöttél/mennyit szánnál a fesztiválra? Belépőjeggyel együtt.

☐ -5000

☐ 5000-10000

☐ 10000-15000

☐ 15000-

☐ Egyéb

9. Milyen rendszeresen fogyasztasz minőségi pálinkát?

☐ naponta

☐ hetente

☐ havonta

☐ félévente

☐ évente

☐ sosem fogyasztok

10. Vásárolnál-e a pálinkát ajándékba?

☐ igen

☐ nem

☐ talán

Köszönöm, hogy segítségeddel hozzájárultál a pályamunkám eredményességéhez!

5. MELLÉKLET: MAGYARORSZÁG EREDETVÉDETT PÁLINKA TÉRKÉPE³⁸



³⁸ forrás: <http://www.palinkaoldal.hu/palinka/?/3/11>