



Dr. Lőrincz György az Év Bortermelője

Meghatódottan mondott köszönetet az elismerésért a győztes, miután a Magyar Bor Akadémia (MBA) elnöke kihirdette szavazásuk végeredményét: 2009-ben az Év Bortermelője díjának nyertese dr. Lőrincz György! „Hitet adtam az Egri Borvidéknek” – fogalmazta első szavaival a 42 esztendő, egri születésű borász. 2009. december 4-én Budapest belvárosában, a Vörösmarty Irodaházban ismertette a szakma és a sajtó munkatársai előtt a végeredményt dr. Kállay Miklós elnök, aki hangsúlyozta: a Magyar Bor Akadémia nem egy adott bort díjaz e címmel – immáron tizenkilencedik alkalommal –, hanem egy borász folyamatos teljesítményét, munkásságát ismeri el. Vagyis fontos szempont, hogy a bor és termelője azonosítható legyen. Az MBA szabályzata alapján idén is kétfordulós volt a szavazás. Az első körben az Akadémia ötszáz jelölőlapot küldött szét a szakma jeles tagjainak (az ágazat tekintélyes személyiségeinek, borkereskedő cégek, szakmai szervezetek, a vendéglátás, a sajtó képviselőinek), hogy foglalmazzanak meg ajánlásokat az Év Bortermelője címre. A jelölőlapok hatvan százaléka érkezett vissza, melyek összesítése alapján az öt, legtöbb ajánlást kapott bortermelő nevével postázták a 133 MBA-tagnak a jelöltlistát. A tagok egytől ötig terjedő pontszámmal állíthatták fel saját sorrendjüket, s a legkevesebb ponttal, vagyis a legjobb helyezésekkel rendelkező borász érdemelhetette ki a megtisztelő címet. A tagok négyötöde küldte vissza idén jelölését, s a 94 érvényes szavazat alapján alakult ki a végeredmény.

Dr. Kállay Miklós nem győzte hangsúlyozni: mind az öt jelölt győztes, akik számára már az is nagy elismerés, hogy ott vannak az öt legjobb magyarországi borász között. Az eredményhirdetés

előtt „az ötök” személyesen mutatkoztak be a rendezvényen, és kóstolóként elhozták egy-egy jellegzetes nedűjüket is. Szőlősi Mihály (Ászár – Neszmélyi Borvidék) már a 2009-es Sauvignon blanc harsogó, friss illatú borát kínálta, megjegyezve, hogy a késői szüret majd még testet ad hozzá. Dr. Lőrincz György (Egri Borvidék) Boldogságos névre keresztelte egri fehér házasított borát (Olaszrizling, Szürkebarát, Sauvignon blanc), megjegyezve: Egerszólát határából, „elképesztő borvidékről” jött, ahol a

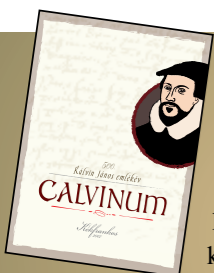
Kárpát-medencei szőlőfajták kiválóan teremnek, így boraiban természetes ízeket lehet felfedezni. Légl Ottó (Balatonboglári Borvidék) egymás után hatodik alkalommal került a legjobb öt közé! Ő Lugas néven szintén házasított fehérbort hozott magával (Olaszrizling, Rajnai rizling, 2008-as Sauvignon blanc, plusz „egy kis finesz”, ahogy mondta). Gálné Dignisz Éva (Kunsági Borvidék) 2009-es rosét kóstoltatott a vendégekkel, hisz rosé boraival robbant be a borvilágba, melyet hazai és nemzetközi versenyein is igazolnak. Mindössze

öt éves a családi pincészetük, s hatvanhektáros, fiatal telepítésű szőlőre alapozzák termelésüket. Vida Péter (Szekszárdi Borvidék) La Vida néven 2006-os Cabernet franc vörösborát mutatta be. Arról mesélt, hogy felmenői tanítók voltak, előtte a családjában senki nem foglalkozott szőlővel, borral. Amikor legutóbb Spanyolországban járt, ügyes marketingfogásnak tartották, hogy borának a La Vida (Az élet) nevet adta, és nem akarták elhinni, hogy vezetékneve valóban Vida.

Az eredményhirdetést követően dr. Lőrincz György a Bor és Piacnak bevallotta: vágyott már erre a díjra, és örül, hogy e cím birtokosaként utazhat decemberben Varsóba, a Magazyn Wino gála rendezvényére, ahol az ő fehérbora lesz az egyik kínált ital. Gálné Dignisz Éva az Év Bortermelője-választás első női jelöltje. Kérdésünkre elárulta: maga is csodálkozik ezen, hisz a Kertészeti és Élelmiszeripari Egyetemen többen végeznek nők, mint férfiak. Azért a mostani eredményt családi sikernek is tekinti, hisz szőlész férjével családi vállalkozásban végzik a munkát. Hangsúlyozza azonban, hogy a rosé mellett fehérborokat is készítenek, melyek könnyed, gyümölcsös nedűk.

Az Év Bortermelője címet a nyertes időbeli korlát nélkül jogosult viselni, a megválasztást követő egy év elteltével pedig a választás évének feltüntetésével együtt használhatja. A Magyar Bor Akadémia 2010 februárjában egy elegáns fővárosi szállodában ad méltó keretet a magyar bor és az Év Bortermelője megünneplésének.

Idén a szavazás első fordulójában, rendhagyó módon, három, borral foglalkozó szakmai, illetve fogyasztói magazin is megkérte száz-száz előfizetőjét, hogy adja le voksát az Év Bortermelőjére. Ezúton is köszönjük a Magyar Szőlő- és Borkultúra Nonprofit Kft.-hez nagy számban visszaérkezett jelölőlapot. A gálavacsorára szóló meghívót Újvári István és partnere nyerte nyerte.



Calvinum: a Magyar Református Szeretetszolgálat bora

Kálvin János születésének 500. évfordulója alkalmából a Magyar Református Szeretetszolgálat kiadta a szekszárdi Takler Ferenc pincésze által palackozott Calvinum kiváló minőségű borait (Kékfrankos 2007, Chardonay-Sauvignon Cuvée 2007). A borok megvásárlásával a szeretetszolgálat a kárpátaljai állam- és nemzeti gyermekek református családokhoz kerülését támogatja.

A Magyar Bormarketing Nonprofit Kft. pénzügyi nehézségeiről

2009. november 26-i dátummal a Magyar Bormarketing Nonprofit Kft. tulajdonosai az alábbi sajtóközleményt hozták nyilvánosságra: „Mint már az utóbbi hetekben is nyilvánosságra került, a Magyar Bormarketing Nonprofit Kft. (MBM) az utóbbi két hónapban komoly pénzügyi gondokkal küzd. Nem tudja alkalmazottai bérét kifizetni, több szállítójának is tartozik és alig működtethető. 2009. november 25-én a tulajdonosok, az MBM-et alapítók taggyűlést tartottak a helyzet tisztázása, megoldása érdekében és a következőkben látják az okokat és a megoldás lehetséges változatait. ...

Az MBM érdemi tevékenységét a 2007–2008-as években kezdte meg, ekkorra alakult ki a pénzügyi alap felhasználásának „ügyrendje”. Ezt követően, főként 2009-ben, a bormarketing pályázatok kiírása és a megítelt támogatások révén jelentős beföldi, azon belül is regionális és sikeres külföldi akciók valósultak meg.

Belföldi marketing kampányra összesen bruttó 330 millió forint került elköltésre, a közpénzek felhasználásának szigorú feltételei mellett. Bátran állíthatjuk, hogy a közösségi bormarketing beindult, az eddig megtett úton több az eredmény, mint a kezdettel együtt járó zökkenő.

Az említett közösségi marketing rendszerben, a Btv. 24/A § (7) és a 70/2007. (VII. 27.) FVM rendelet 8. § (1)-(2) bekezdései, a bor szakma által létrehozott MBM szerepét és finanszírozását a következők szerint tárgyalja: „...a miniszter igénybe veszi a szőlőbor ágazatban működő szakmai szervezetek által bormarketing célokra létrehozott szervezet közreműködését, e feladat ellátására fordított összeget a miniszter határozza meg, amely összeg nem lehet több mint a Btv. 24/A. § (7) bekezdésben foglalt előirányzat 5%-a...”

Az MBM ügyvezetése és tulajdonosai már év júliusában jelezték az FVM számára, hogy a 2009. évi működéshez szükséges forrás biztosítására szeptemberig feltétlenül szükség van, de sajnos a mai napig nem sikerült a forrás átadásának formáját a minisztériumnak, illetve az AMC-nek megtalálni. A 2009. augusztus 1-ig megtörtént, járulékos befizetések alapján számított, működésre fordítható pontos összeget is csak november 2-án közölte a minisztérium.

Mára egyértelművé vált, hogy a finanszírozás eddigi, pályázati formája nem biztosítja és főleg nem időben, az MBM szakmai közreműködésének forrásait, ezért a 70/2007. (VII. 27.) FVM rendelet módosítása merül föl a szaktárca részéről.

A szőlő-bor ágazat meghatározó szakmai szervezetei – teljes egyetértésben – az ágazat érdekében kérik Gráf József minisztert, hogy 2009. december 15-ig találjon megoldást arra, hogy a már befizetett járulékokból az MBM-hez jusson az általa ez évben elvégzett munka és tevékenység ellenértéke.

Egyben javasoljuk és kérjük, hogy a szakmai és a széles nyilvánosság pontos és hiteles tájékoztatása érdekében az intézkedés kezdete óta, a termelők által befizetett, teljes járulékoszeg (közösségi marketing 60%, minőség-ellenőrzés 40%) felhasználásának gazdasági, pénzügyi átvilágítását rendelje el.

Végezetül ismét hangsúlyozzuk, hogy ha azonnali intézkedés nem történik, a Magyar Bormarketing Nonprofit Kft. felszámolása elkerülhetetlen. Az ezzel járó anyagi és erkölcsi veszteség az egész ágazatot sújthatja majd, okai pedig a döntések indokolatlan halogatásában, az MBM működésének ellehetlenítésében rejlenek.”

Interaktív borászati kiállítás a Tokaj-hegyaljai Borok Házában

2009. november 21-től látogatható a Tokaj-hegyaljai Borok Házában lévő interaktív borászati kiállítás. A Tokaji Borvidéket bemutató tárlat a Tokaj Reneszánsz, a Tokajvinum Hungaricum Egyesület, a Tokaj-hegyaljai Borút Egyesület és a Tokaj Borvidék Hegyközségi Tanácsa konzorciuma hozta létre a Bormarketing Kht. támogatásával, melynek működtetését a helyi TDM munkaszervezete, a Tokaj Marketing Nonprofit Kft. biztosítja. Az épület földszinti termeiben kialakított látványelemeken keresztül a turista, vagy a borszakértő átfogó képet kaphat a bor fajtáiról, a nagy kiterjedésű borvidék talajszerkezetéről, az aszú korosodásának stációiról, a különböző szőlőből készült borok illatáról, a bortörvényben engedélyezett szőlőfajták ismertetőjegeiről, a táj történelmi, kulturális, ökológia és épített örökségben jelenlévő értékeiről.

A kiállítás sűrített bemutatása a tokaj-hegyaljai borkultúrának, amely a látogatót az összes szükséges lexikális információ megadásával, de alapvetően az érzékszervein keresztül, élményszerűen (színek, illatok) vezeti be a tokaji borok világába, és engedi tovább a pincékbe, borászatokba tett kóstolásokra.

A kiállítás hétköznapi napokon és a hétvégi napokon is nyitva áll az érdeklődők számára.

Helyreigazítás

Előző lapszámunkban (2009/9–10) a Drink Hungária Kft. által forgalmazott Freixenet pezsgők árainál hibás árakat tüntettünk fel. A helyes árak az alábbiak:

Cordon Negro Cava • Freixenet

Método Tradicional • brut
Forgalmazza: Drink Hungária Kft.
Ár: 2379 Ft

Zöldessárga, üde megjelenés. Az autolízis, finomseprős érlelés jegyei teljesen hiányoznak belőle, inkább egy jól elkészített tankpezsgőre emlékeztet. Gyümölcsös illatában szőlőre, zöldalmára emlékeztető aromák bukkannak fel, élénk-friss savtartalom, gyümölcsös zamatvilág jellemzi. Egyszerű, könnyed tétel.



Cordon Rosado Cava • Freixenet

Método Tradicional • sec (száraz)
Forgalmazza: Drink Hungária Kft.
Ár: 2379 Ft

Színe és elsődleges illatvilága egyaránt málnára emlékeztet, amit zamatai is követnek, kicsit szörpös hangulattal, édességérzettel, ami a sec (száraz) kategóriától nem is idegen. Emellett élénk savtartalom, bőséges szénsvaj jellemzik, kissé durva buborékokkal. Amolyan „szoktató pezsgőnek” is felfogható kezdő, fiatal fogyasztók megnyeréséhez.

