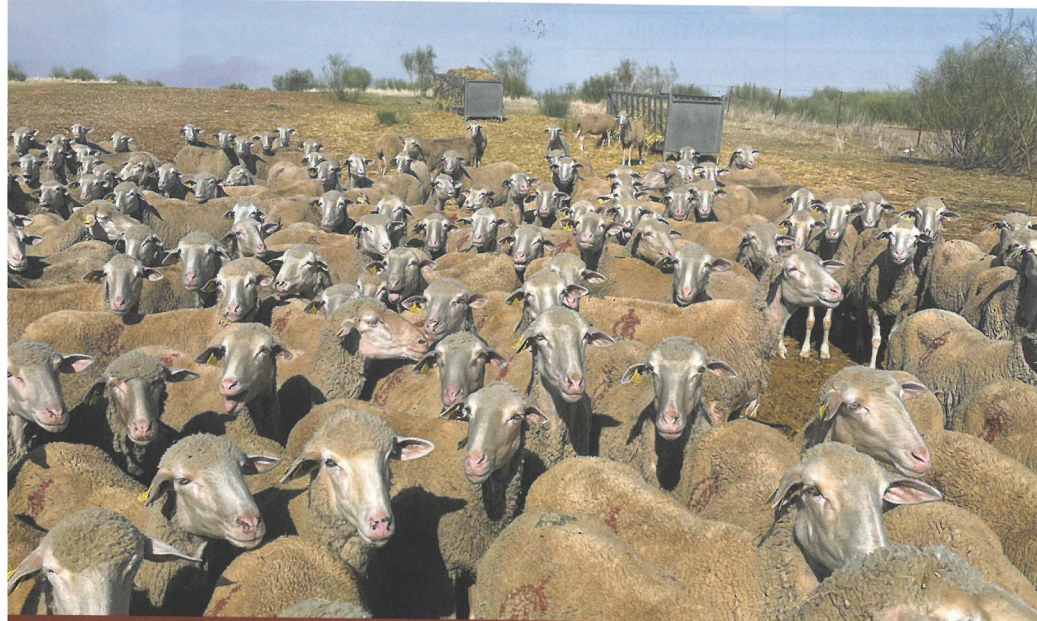


Spanyol tanulmányút 2025

A magyar juhászat vezetői közül tizenkét fős szakmai delegáció járta végig ez év novemberében a spanyol bárányhús-termelés legfontosabb állomásait. Az INTEROVIC és az EA Group meghívására szervezett tanulmányút célja az volt, hogy első kézből ismerjük meg milyen folyamatok teszik a spanyol juhágazatot Európa egyik legstabilabb, leginkább exportorientált szereplőjévé – és hogy mi mindent lehet ebből a hazai gyakorlatba átültetni.



Anyajuhok merinó tenyészetben Spanyolország dél-nyugati részén

A spanyol juhászat az elmúlt évtizedekben rendkívüli módon átalakult. A belföldi fogyasztás drámai csökkenése ellenére az ágazat nem omlott össze, hanem alkalmazkodott: összefogott, integrálódott, és a külpiacokon talált új, stabil felvevőpiacokat. A spanyol modell ereje éppen abban rejlik, hogy az egész vertikumot – tenyésztést, hizlálást, vágást, feldolgozást és értékesítést – egységes rendszerben, szövetkezeti struktúrában kezelik. Ennek a rendszernek az egyik zászlóshajója az EA Group, amely évente mintegy 700 ezer bárányt értékesít, és Európa egyik legnagyobb juhágazati integrátorának számít.

Hizlaldák – fegyelmezett rendszerek, világos struktúrák

A tanulmányút első szakmai állomása a délspanyolországi Don Benito hizlálótelepe volt. A telep évente 100–110 ezer bárányt fogad, és mint megtudtuk, egy a kilenc nagyon hasonló felépítésű hizlálóközpont közül. A rendszer alapja az a rendkívül fegyelmezett tenyésztési és beszállítási hálózat, amelyet a tagság működtet. A bárányok 22–24 kilósan kerülnek be és egységes takarmányozási protokoll szerint nevelik őket tovább.

Különösen tanulságos információ, hogy az EA Group nemcsak takarmányozási szabályo-

kat, hanem dokumentációs követelményeket is rögzít. A taggazdaságokat évente ellenőrzik, az állategészségügyi előírásokat pedig minden ponton szigorúan betartják. A heveny légzőszervi megbetegedések vagy a pasteurellózis náluk is jelen van, de a szervezett állatorvosi hálózatnak köszönhetően érezhetően eredményesebb a kontroll.

A spanyol állományok szerkezete sokszínű: a néhány tucat anyajuhot tartó családi gazdaságoktól egészen a több ezer anyás vállalkozásokig minden méret elérhető, mégis a rendszer egységesen működik. A merinó továbbra is meghatározó, főként a dél-nyugati régiókban, de kelet felé haladva kifejezetten a húsbárány típusok dominálnak.

A találkozó, amely sok mindent megmagyarázott

A hizlalda-látogatás után részletes szakmai tárgyaláson vettünk részt a szövetkezet felső vezetésével. A beszélgetés egyik legfontosabb üzenete az volt, hogy a spanyol juhászat – bár rendkívül erős – valójában nehéz helyzetből küzdött vissza magát. A fogyasztás visszaesése miatt a termelők a külpiacok felé fordultak, az integrált modell pedig biztosította a menyiségi és minőségi állandóságot.

Különösen érdekes volt hallani, hogy a spanyolok számára ma a kóser és halal piac a legjelentősebb. Izrael a kóser, Algéria és más észak-afrikai országok a halal termékeket fogadják nagy tételben. Ez a kettősség teljesen átforgatta a vágási rendszereket is: a trujillói vágóhid például egész napos lezárással működik kóser vágáskor, akár 14 izraeli felügyelő jelenlétében. A jövőképet illetően a vezetők egyértelműek voltak: hosszú távon az élőállat-szállítás egyre bizonytalanabbá válik, ezért a juhágazat jövője a vágott és darabolt árukban van. A csomagolástechnológiai kísérleteik – például a 40 napra növelt eltarthatóság – jól mutatják, milyen intenzíven dolgoznak ezen.

Gyapjú – melléktermékből exportérték

A gyapjufeldolgozó üzem meglátogatása újabb tanulságokkal szolgált. Ahogy Magyarországon, úgy Spanyolországban sincs már működő gyapjúmosó vagy fésülő üzem. Az EA Group a taggazdaságok gyapját Portugáliába és Uruguayba küldi, és bár a gyapjú árát még ma is inkább a csomagolási költség határozza meg, a szövetkezet mégis biztosít egy szerény, de kiszámítható bevételi forrást a gazdák számára.

A merinó típus meghatározó, és külön érdekes volt hallani, hogy náluk a merinó definíciója egyértelmű: merinó az, amelynek anyai ága merinó. Ez egy fontos minőségbiztosítási üzenet is egyben.

Tenyészfarm – 600 hektár extenzív valóság

A tenyésztőlátogatás során egy 1400 anyás merinó állomány működését ismerhettük meg. A rendszer kifejezetten extenzív, napi egy etetéssel, minimális munkaerővel és teljes legelőalapú tartással. A szaporodási mutatók ennek ellenére kedvezőek: a vemhesülési arány 90 százalék feletti, az ikerellések aránya eléri a 30–35 százalékot.

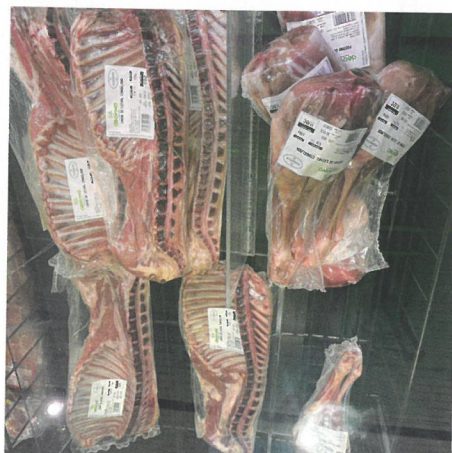
Fontos tanulság volt, hogy a telepen csak két munkatárs dolgozik, és a napi munka döntően 6 és 14 óra között zajlik. Az extenzív merinótartás hatékonysága ezzel kézzelfoghatóvá vált.



A szakmaközi szervezet csapata a madridi kiállításon a vendéglátókkal



Kemencében sült báránylapocka egy Madridhoz közeli étteremben



Csomagolt bárányhúst a legtöbb spanyol nagyáruház kínál



Szállításra váró bárányok a hizlaldában

Mercamadrid – Európa egyik legnagyobb nagybani húspiaca

A madridi Mercamadrid olyan intenzitással működik, amit nehéz kívülről elképzelni. A teljes rendszer éjfél nyitással, hajnali csúcsgalommal és folyamatos logisztikai áramlással biztosítja a térség húselátását. A bárányhús kiskereskedelmi csomagolásai rendkívül változatosak: sütésre kész csomagok, előporciózott részek, célzott fogyasztói ajánlatok – minden a konyhakész megoldásokról szól. A piacot látva világossá vált, miért kulcsfontosságú a promóciós kampányokban a fogyasztóbarát, gyorsan elkészíthető bárányhústermékek fejlesztése.

EXPO SAGRIS – agrármarketing másképp

A kiállítás kifejezetten a városi lakosságnak szól, és ez jól mutatta a spanyol agrármarketing filozófiáját: egyszerű, élményközpontú, jól érthető üzenetekkel szólítják meg a fiatalokat és a családokat. Az INTEROVIC itt is az egyik legaktívabb szereplő volt, edukációs eszközökkel, kóstolásokkal, interaktív programelemekkel.

A kiállítást látva világos, hogy a juh- és bárányhús népszerűsítését Spanyolországban nem elsősorban az agrárszakmai közösségnek szánják – hanem a jövő fogyasztóinak.

Mit tanulhat a magyar juhászat a spanyol modelltől?

A tanulmányút minden programja ugyanarra az egy következtetésre erősített rá: a spanyol juhágazat ereje az összefogásban van. A szövetkezeti integráció stabil piacot biztosít, a dokumentáció és a minőségbiztosítás a bizalom alapja, az exportorientáció pedig gazdasági értelemben tartja életben az ágazatot.

Magyarországon is számos olyan kihívás van – az alacsony fogyasztás, a termékek hozzáadott értékének emelése, a piaci kiszolgáltatottság –, amelyre a spanyol modell hatékony válaszokat kínál. A tanulmányút megerősítette, hogy a szektor jövője nálunk is az integráció, a vertikum-szervezés és az exportképes termékek fejlesztése felé mutat.

A spanyol kollégák szakmai alázata, nyitottsága és együttműködési hajlandósága komoly lehetőséget ad arra, hogy a két ország közötti kapcsolat hosszú távon is gyümölcsöző legyen. A spanyol delegáció 2026-as magyarországi látogatása újabb fontos mérföldkő lesz ebben a közös munkában.

DR. MEZŐSZENTGYÖRGYI DÁVID

