

Megőrizve és továbblépve

❖ Milyen rendezőelvek mentén bővült, bővül a kiállítás tematikája?

– A kiállítás fő témája az állattenyésztés, bár kezdetben még ez sem volt teljes körű. Ez is folyamatosan bővült a Magyarországon jelentős szerepet betöltő gazdasági szektorokkal. A tulajdonosváltást követően is fontosnak tartottuk az állattenyésztési gépészet és technológia addigra már nagy számban jelen lévő képviselői mellett a szántóföldi növénytermesztés és annak gépésztésének bemutatását. Díszvendég országot 2006 óta hívunk. A hármaskör miatt kézenfekvő volt, hogy az elkövetkező években a szomszédos országokat is várjuk, elsősorban azokat, ahol számos magyarajkú állattenyésztő és gazdálkodó tevékenykedik, ezáltal is elősegítve a gazdasági kapcsolatok erősödését partnereink és ezen országok között.

Az elmúlt években az élelmiszeripari fel dolgozók, a pénzügyi finanszírozók, a bankok és a biztosítók is megjelentek a kiállítók között, jelezve, hogy a vásárhelyi kiállításnak milyen nagy súlya van a magyar agráriumban.

❖ Milyen fejlesztések történtek a privatizáció óta? Ezek hogyan szolgálják a kiállítókat és a látogatókat?

– A kiállítást a privatizáció óta folyamatosan fejlesztjük. Igyekezzünk mind a kiállítókat, mind a látogatók igényeit teljes körűen kiszolgálni, és ennek érdekében olyan fejlesztéseket végrehajtani, amelyek növelik a résztvevők komfortérzetét. Emellett természetesen az esztétikai szempontok is elengedhetetlenek, azt akarjuk, hogy szép és látványos legyen a rendezvény.

Fejlesztésekre 2005 óta nem kap állami támogatást a kiállítás, minden önerőből va-



Antal Gábor: presztízsértékű ezen a kiállításon részt venni

lósult meg. 2005 és 2010 között nagyobb szerepet kapott a gépkiallító rész, amit akkor a „B” szektorban alakítottunk ki. Újdonság volt 2007-ben a vadászati kiállítás megjelenése, amit azóta is nagy érdeklődés övez. A kisállat szekciók is ez idő tájt kezdtek meghonosodni. A bemutatóterek, bemutatópavilonok kialakítása és egyéb eszközfejlesztések jelentős plusz költséget jelentettek. 2011-ben az utak és a járdák javítása, az állatkiallító terület korszerűsítése valósult meg, a következő két évben pedig az „F” szektorban történtek jelentős fejlesztések: két húsmarhakarámot (44 bokszt), díszbaromfi-pavilont, új lóbemutató teret és halászati kiállítást építettünk. A kiállítás megalapításának húszéves évfordulójára készült el a díszkapu, majd 2014 és 2016 között kialakítottuk a villamos és vízhálózatot a „G” szektorban. Az új vizesblokk és az I-es csarnok mosdóinak teljes felújítása szintén jelentősen emelte a kiállítás komfortosságát.

E beruházás során építettük ki a wifihálózatot, és a csarnok szellőztetése is megoldódott.

Tavaly a „G” szektorban új aszfaltúthálózat készült 800 méter hosszan. Ezzel 2 hektárnyi új kiállítótér lett jobban megközelíthető. Felújítottuk a diákszálló elnevezéssel működő régi munkásszállásokat, és ezzel együtt az elektromos hálózatot is. A meglévő épületek, a kiállítási terület folyamatos karbantartása is rendszeres költséget jelent. Szintén saját erőből oldottuk meg a bemutatótér fűvesítését és öntözését.

❖ Ma Magyarországon – hazánk méretéhez és az ágazat teljesítőképességéhez mérten – elég sok a mezőgazdasági kiállítás. Ezek között milyen szerepet tölt be a hódmezővásárhelyi? Az itt nyert díjaknak milyen presztízs- vagy marketingértéke van?

– Valóban úgy tűnik, hogy Magyarország méretéhez és agrárteljesítményéhez képest sok az ilyen rendezvény, de véleményünk szerint az életképes kiállításokra szükség van vidéken is, hiszen az állattenyésztési ágazat mérsékelt jövedelmezősége mellett nagyon sokan csak a regionális kiállításokra jutnak el, és ha kiállítóként kívánnak részt venni rajtuk, ahhoz is kénytelenek támogatást igénybe venni. Ezt a támogatást a kiállítások szervezőitől, a tenyésztőszervezetektől, egyesületektől és a MÁSZ-tól kaphatják meg.

Véleményünk szerint – mint ahogy korábban is fogalmaztam már – a vásárhelyi kiállítás a leglátogatottabb és az egyik legelismertebb vidéki kiállítás Magyarországon.

Ezúton is köszönöm kollégáim, a kiállítás szervezésében részt vevő külső szervezetek és szakemberek áldozatos munkáját, és azt, hogy a kiállítás szakmai színvonala minden évben egyre magasabb, és hogy így presztízsértékű ezen a kiállításon részt venni! Jelentős marketingértékét az is mutatja, hogy akik a termékdíjpályázaton eredményesen szerepelnek, komolyabb elismerést kapnak: ezt minden fórumon megjelentetik – beleértve az írott és digitális médiát. Ezáltal a már meglévő és a leendő partnereikkel is tudatják, hogy az ő termékeik, az ő szolgáltatásaik, az ő technológiájuk és a már megvalósított ötleteik milyen elismertek. Ez nemcsak szakmai presztízs, hanem forintra váltható jövedelmet is jelent – és nemcsak annak, aki ezt az értéket adja, hanem annak is, aki ezt az értéket igénybe veszi. Elvégre ez mindkettőjüket közelebb juttatja az agrárium összes területén érvényes célhoz – ahhoz, hogy gazdaságosan és eredményesen tevékenykedjünk.



Idén felújították az állatokkal érkező gondozók szállását is