

Főszerepben a magyar gazdák

Az országos agrárszakmai seregszemle, az AMC által szervezett 78. Országos Mezőgazdasági és Élelmiszeripari Kiállítás és Vásár reklámfilmjének forgatása megkezdődött. Több helyszínen, az agrárium szempontjából fontos karakterekkel és persze a kiállításról elmaradhatatlan állatokkal. A forgatás második napján a rendezővel és a kreatív vezetővel beszélgettünk a kisfilm motivációjáról, tartalmáról, történetéről és üzenetéről.

A második forgatási napon Budapest szívében, a Szabadság hídnál egy szarvasmarha szereplésével készült a kisfilm egyik jelenete. A szokatlan helyszíneken megjelenő gazdasági állatok jelentik a film egyik központi szálát. Így találkozhatunk majd a belvárosi környezetben zebrán átszaladó libákkal, birkanyájjal és egy szép pásztorkutyával is. Mindezek nagy kihívás elé állították a stábot, hiszen ritka alkalmak egyike ez, hogy egy külső helyszínen és rendkívül ingerdús környezetben kell az állatokkal dolgozni. Nagy odafigyelést, precizitást és türelmet igényel egy-egy ilyen jelenet megalkotása.

Az állatok mellett az agráriumhoz szervesen kapcsolódó mesterségek és termékek is megjelennek majd. Láthatunk pékeket, henteseket és tojáshordó hölgyeket is, amint a kiállítás helyszíne felé igyekeznek Budapest valamely pontjáról. Szerepel a filmben traktorral a kiállításra utazó szereplő is, aki erőgépének adottságait egy városi sportautó képességeivel méri össze viccesen.

Az első forgatási helyszín a szentendrei Skanzenben volt, ahol autentikus környezetben rögzítette a kamera azt, hogy a vidék szinte elnéptelenedik, mert mindenki a kiállításra igyekszik, hogy ott megmutat-

hassa portékáját. A Szabadság híd közvetlen szomszédságában a Gellért téren örökítették meg azokat a pillanatokat, amelyek bemutatják a megdöbbentő városiak reakcióját, akik nem értik, hogyan kerül a városba a vidék embere és haszonállata. Forgatás lesz még a Hősök terén, az András-

különböző pontjain gazdák terményeikkel és állataikkal jelennek meg váratlanul. Így jöhet szembe a városi emberekkel szarvasmarha a Szabadság hídon, libák a Hősök terénél és birkák a modern irodaépület előtt.

A rendező elmondta, hogy a kisfilm azontúl, hogy szeretné



Kriskó László rendező a filmben a magyar termékek sokszínűségét mutatja be



Kisantal Gyula a reklámfilm kreatív vezetője és marketing szakértője

sy úton, az Erzsébet téren az óriáskerék tövében, az Árpád hídnál a Posta modern épülete előtt, az Alkotmány utcában és a Keleti pályaudvarnál is.

A kész imázsfilmet három különböző hosszúságban láthatják majd a nézők, 45, 30, és 10 másodperces formában, illetve készül majd egy werkfilm is a forgatásról, sok-sok kulisszatitokkal.

Kriskó László rendező és producer osztotta meg velünk a film részleteit, történetét és célját. Az alaptörténet nem egy hétköznapi esemény, hiszen ritka alkalom az, hogy a gazdálkodók állataikkal elhagyják a falvakat, településeket. A film elején légi- és földi felvételeken látható lesz az elnéptelenedett falu, ahol csak a kutya őrzi a házat. Már itt megjelenik az üzenet, hogy a vidék aprajagya az OMÉK-ra igyekszik, hogy bemutathassa termékeit. A következőkben megdöbbent városiakkal is találkozunk, akik azt tapasztalják, hogy a város

felhívni a figyelmet és megszólítani az átlagfogyasztót, látogasson el a kiállításra, emellett célja még az is, hogy bemutassa a magyar mezőgazdaság által teremtett kincseket, és azokat a gazdálkodókat, akik elhozzák a nagyvárosba kiváló minőségű áruikat, termékeiket.

A forgatás számos kihívást tartogatott, mesélte Kriskó László. Az, hogy nyílt köztéren kellett dolgozni az állatokkal már a tervezési fázisban is nagyfokú szakértelmet és precizitást igényelt. Állatidomárok bevonásával döntötték el, milyen állatok szerepeljenek és a forgatás alatt is e szakemberek segítségével dolgoztak. Az állatokat előre felkészítették erre a különleges feladatra, de ennek ellenére feszült figyelmet igényelt a munka. A lehetőség, hogy a forgatástól függetlenül lezárt Szabadság hídon dolgozhattak, nagy segítséget jelentett, mondta a rendező, hiszen egy ilyen közterület lezáratása hosszadalmas

Id. Kallós Gábor, Epermester Pincészet

Az OMÉK számunkra mindig a Tahitótfalui Eperfesztivállal együtt a legfontosabb megjelenési lehetőség. Az a közönség, amelyik ide látogat, az tudja legjobban értékelni a mi gyümölcsbor különlegességeinket. Az Epermester Pincészet létrehozása óta minden OMÉK-on részt vettünk, így ez lesz a negyedik megjelenésünk.

Az OMÉK a mi esetünkben egy promóciós lehetőség. Minden olyan rendezvénynek örülünk, ahol a közönséggel meg tudjuk ismertetni a termékeinket, emellett új üzleti lehetőségeket is remélünk a kiállítástól. Célunk nem utolsó sorban felhívni a figyelmet az I. Gyümölcsbor Fesztivál megrendezésének lehetőségére, hiszen miért ne lehetnének egyszer a gyümölcsbor készítő a házigazdák.

Az Epermester Pincészet a világon először készített a hagyományos szőlőbor készítési eljárással friss eperből bort. Vállalkozásunk a 150 éves tahitótfalui eperkultúrára épül. Tahitótfaluban, a földieper „szülőföldjén”, helyi eperből, helyben, egy csodás 450 éves műemlék jellegű pincében készítjük az egyedülálló Tahitótfalui Kézműves Eperborainkat. A boraink 35 különböző díjat nyertek már rövid fennállásunk alatt.



**Babati Zoltán elnök,
Vágóállat- és Hús
Szakmaközi Szervezet
és Terméktanács**



Feldolgozó tagjaink által előállított termékeket szeretnénk az OMÉK alkalmával standunkon az érdeklődőknek bemutatni. Emellett szakember találkozóknak kívánunk helyt adni, és ezentúl még jobban megismerni szakmai partnereink, és a kereskedelmi vállalkozók igényeit. A VHT 1994-ben alakult, azóta veszünk részt az OMÉK rendezvényein. Érdekképviselőnk fontos része tagjaink piaci megjelenésének, népszerűségének segítése, partneri kapcsolatok erősítése.

A VHT a sertés- és húsmarha termékpályán működő érdekegyeztető, illetve érdekvédelmi szervezet. Tagjaink között sertéstermelők, vágó- és feldolgozó cégek, valamint kereskedelmi vállalkozások találhatók. A sertés termékpályán tagjaink által előállított és levágott állatok alapján részarányunk kétharmadra tehető, így 2014. évben a földművelésügyi miniszter reprezentatív szakmaközi szervezetnek fogadta el a VHT-t.

A 2012. évben meghirdetett sertésstratégia a mennyiségi növekedésen túl, minőség javítást is tartalmaz. A szaktarca ezért meghirdette a KMS (Kiváló Minőségű Sertéshús) védjegyet. A rendszer kidolgozását, működtetését és így a használati jogosultságát átadta a VHT-nak. A szervezet ezen tevékenysége a gazdasági szereplők közt sikeresnek mondható, jelenleg 2 millió sertést előállító, több mint 100 termelőegység használhatja a KMS védjegyet, és mintegy 20 vágóhíd nyerte el a védjegyhaználati jogot. Ezen vágóhidak évi 3 milliós vágókapacitással rendelkeznek. Most azt kell elérni, hogy a fogyasztók minél szélesebb köre ismerje és keresse a KMS védjeggyel ellátott termékeket, itt elsősorban a kereskedelemre támaszkodhatunk.

engedélyezési procedúrát igényelt volna.

A kisfilm három különböző hosszúságú megjelenése fontos szempont a történet kibontakozása szempontjából. A legrovidebb 10-15 másodperces változatban a történet fontosabb elemeit csak említés szintjén villantják fel a készítők, csupán ízelítőt adnak a teljes filmből a nézőnek. A leghosszabb 45 másodperces változatban bontakozik ki a teljes történet, bár ritka, hogy ilyen hosszú filmet készítenek, hiszen a reklámidók drágák, de a nemzetközi trendek elvárják ezt. A harmadik 30 másodperces változat a rövidebb történetet tartalmazza, igazodva a reklámidók elvárásaihoz. A filmben nem lesz főszereplő vagy egy állandó karakter, itt a gazdák a fontosak, akik minden jelenetben ott lesznek és büszkén mutatják be termékeiket. Központi szerepet kap a kiváló minőségű hazai zöldség, gyümölcs, tojás, kenyér és húsarú is.



Ritka látvány Budapest belvárosában a marháját vezető gazda

Petróczy Balázs ügyvezető, Pannonagri Kft.

Azért jelentkeztünk az OMÉK-ra hogy feltérképezhessük az új piaci lehetőségeket és ott meglévő partnereinkkel találkozassunk. Cégünk fennállása óta minden OMÉK-on résztvettünk. A rendezvényen célunk az új partnereknek bemutatni korszerű és energiatakarékos technológiával kivitelezett gabonátárolókat és gépkínálatunkat.

Társaságunk 1995-ben alakult. A Pannonagri Kft. alapítói célul tűzték ki, hogy felkutadják a világon fellelhető legkorszerűbb gabonaszárítási, tisztítási- és tárolási technológiákat, hogy azokat a hazai termelési viszonyokhoz adaptálhassák. A 2014-es évvel bezárólag a társaság közel 200 korszerű, nagy teljesítményű gabonaszárító telepet hozott létre, amelyek a vevők nagy meglepedésére üzemelnek. Fő tevékenységi körünk gabonaszárító, tisztító-és tároló komplexumok kulcsra-kész létrehozása. Tervezés, gépek, berendezések forgalmazása, mechanikus és elektronikus összeszerelése, valamint üzembe helyezése, szervíz, és mezőgazdasági gépek nagykereskedelme.



Fontos kérdés, hogy a filmben milyen formában jelenik meg a mai kor szelleme, esetleg a modern mezőgazdaság. A rendező elmondta, a történetben ez nem jelenik meg, de a film hangulata, a vágás, a kamera mozgása és a filmkészí-

tés stílusa dinamikus, és modern lesz, a legújabb technikák felhasználásával készül majd a reklámfilm. A szereplők klasszikusok lesznek, de a film semmiképp nem lesz ódivatú vagy múltba révedő hangulatú.

A kreatív felelős és vezető *Kisantal Gyula* a tudatos és kreatív marketingről és kommunikációról beszélt. Kiemelte, hogy a közepes, illetve gyenge minőségű termékek elárasztják a fogyasztókat, így a minőségi és ellenőrzött forrásból származó hazai termékek felértékelődtek, tehát a hazai minőségi termékekre van igény. A film kettős célja, hogy felhívja a figyelmet a kiállításra, amely remek alkalom arra, hogy a fogyasztók megismerhessék és megízlelhessék a hazai termékeket. A másik, távolibb cél pedig az, hogy a célcsoporthoz közelebb vigyék a termékeket és így mindennapjaik részévé válhasson a hazai termékek fogyasztása. A kreatív munka része az, hogy az üzenetünk ebben a hatalmas reklámzajban eljusson a célközösséghez – mondta a szakember. A reklámfilmnek meglepőnek, észrevehetőnek, feltűnőnek és megjegyezhetőnek kell lennie. A filmkészítés célja tehát a minőségi magyar termékek bemutatása egy izgalmas reklámfilm keretein belül.

B. L. – T. V.