

„Deschidem drumul către Next Level în România pe zona cărnii de pasăre”

Interviu cu Tatiana Cimpoescu,
Vicepreședinte Agricolă

AUTORI: CRISTIAN BĂDESCU



Cu ani în urmă se spunea despre carnea de pasăre că este cea mai ieftină proteină animală. Mai este valabilă și astăzi această idee?

Probabil știți că Bill Gates scria pe blogul său acum doar câțiva ani un articol cu titlul „De ce aș crește găini” în care descria cu entuziasm și cu argumente soluția pentru salvarea de foamete a lumii a treia, afirmând că Fundația Melinda Gates „pariază pe pui”.

La rândul ei, Melinda Gates ilustrează convingător că, pentru comunitățile din țările în curs de dezvoltare unde creșterea puilor este preponderent apanajul femeilor, acest lucru reprezintă posibilitatea de a oferi copiilor lor șansa la o viață mai bună. „O mică crescătorie de pui în India sau în Africa oferă femeii fermiere un venit din munca sa, adică demnitate și control”.

Iată că putem să vorbim de carnea de pasăre nu numai în termeni tehnici sau strict statistici, ci și într-un context care ține de valori umane în era globalizării. Ceea ce nu este puțin...

Si deloc anecdotic, un studiu publicat recent de FAO afirmă că, din cele 30 de miliarde de animale care sunt crescute în ferme în întreaga lume, 23 de miliarde sunt păsări pentru carne și că acest număr depășește de trei ori pe cel al păsărilor sălbatice.

Așadar, fără îndoială, carnea de pasăre rămâne și pentru viitor proteina naturală cea mai accesibilă pentru a asigura nevoile de hrană ale lumii, deopotrivă civilizată și săracă.

Cât despre faptul că la începutul acestui an tot Bill Gates a făcut un apel la țările bogate de a trece la consumul de carne sintetică în perioada următoare, pentru a reduce emisiile de gaze cu efect de seră, cred că este un subiect care va suscita multe dezbateri în viitorul apropiat.

Obişnuim să vorbim despre carne de pui, dar se pare că este greșit pentru că sunt mai multe tipuri de carne de pui. Cum este corect să le adresăm?

Răspunsul trebuie pus într-un context mai larg, care pornește de la realitatea că de mai mulți ani ne aflăm în dilema alegerii între preferința tot mai evidentă pentru carnea de pasăre, care presupune o creștere a producției intensive și așteptările - în creștere și ele - pentru calitate superioară și sustenabilitate.

Vorbim practic despre o alegere între ritmul rapid de conversie (greutate corporală mare a păsării într-un timp scurt) în creșterea păsărilor - adică eficiența și între preocuparea către o calitate superioară a cărnii de pasăre, care atrage costuri mai ridicate.

Calitatea are o perspectivă mai largă atunci când e luată la modul serios și se referă la atributele senzoriale

de gust, suculență, savoare, textură, consistență, etc. dar, în egală măsură, la sănătatea intrinsecă a păsării, la robustețea ei care provine și din rasa specifică și din condițiile prietenoase de creștere - așa numita bunăstare - și din crescut 100% fără antibiotice și din «jovialitatea» păsării, dacă putem spune așa, pe parcursul vieții, până când își îndeplinește rostul de a ajunge în farfurie. Această jovialitate a fost cumva insight-ul pentru care am și ales denumirea comercială de Pui Fericit pentru gama premium din rasa de găini cu creștere lentă pe care am deschis-o pe piața românească acum 7 ani.

” Oamenii împart același ecosistem cu animalele și sunt expuși preponderent aceluiași microbi. Ca urmare, o abordare integrată a sănătății animalelor și oamenilor devine un deziderat imperios. ”

Cu privire la tipurile de carne de pui, Directiva 2000/13/ EC împarte creșterea puilor în două mari categorii: pui standard (convențional, broiler crescut intensiv) și pui cu creștere lentă. Această a doua categorie este la rândul ei abordată pe trei paliere: pui crescuți minim 56 de zile, pui de 81 de zile și pui organic. Diferența semnificativă în afară de vârstă, la pui de 81 de zile și pui organic față de toate celelalte tipuri este obligativitatea fermierului de a asigura accesul în exterior (free range) pe o suprafață de teren alocată fiecărui pui de până la 4 metri pătrați, în preajma halei de creștere.

De asemenea, o diferențiere majoră între creșterea lentă și cea intensivă este densitatea semnificativ mai mică a puilor în procesul de creștere lentă. De mai mulți ani se manifestă tendința pentru o alimentație cât mai sănătoasă.

Agricola a lansat recent conceptul de carne de pui 100% crescut fără antibiotice. De ce ne punem problema folosirii antibioticelor în procesul de creștere a puilor?

Când vorbim de alimentație cât mai sănătoasă merită subliniat conceptul «One Health» promovat de companiile mari din domeniu Poultry care investesc în R&D și care se referă la faptul că în îmbunătățirea sănătății umane un rol important îl are îmbunătățirea sănătății

animalelor. Oamenii împart același eco-sistem cu animalele și sunt expuși preponderent aceluși microbi. Ca urmare, o abordare integrată a sănătății animalelor și oamenilor devine un deziderat imperios. Pe lângă controlul bolilor care pot traversa bariere inter-specii o atenție sporită este îndreptată către microbi rezistenți la medicamente, a căror rezistență este susceptibilă să fie transmisă prin hrană.

Problema rezistenței la antibiotice apare odată cu tratamentul - tot mai puțin eficient - al bacteriilor care s-au adaptat. Astfel încât industria creșterii păsărilor este obligată să facă schimbarea de la abordarea reactivă (de tratare sub prescripția medicului veterinar autorizat) la cea pro-activă, asigurând o corectă folosire și un demers de înlocuire a antibioticelor. Acest obiectiv poate fi atins prin prevenție, susținând sistemul imunitar deopotrivă la oameni și păsări, cu accent pe menținerea sănătății digestive.

” Discuțiile cu clienții din retailul modern au relevat că proiectul nostru este coerent cu tendințele de creștere și dezvoltare ale segmentelor premium cu accent și pe sănătate. ”

În mod real, dovedit în anii din urmă tot mai mult în lume, acest lucru poate fi obținut cu mare rată de succes la carnea de pasăre provenită din rasele cu creștere lentă, rasa pe care Agricola o folosește încă de acum 7 ani.

Produsele Brandului Agricola: Puiul Fercit, Puiul Fermierului, Cocoselul de Pădure (primul coquelet românesc) și, mai nou, Puiul Fericit crescut 100% fără antibiotice, provin din rasa de găini cu creștere lentă și acest portofoliu de diferențiere premium a câștigat de-a lungul anilor un segment important și fidel de consumatori pe piața românească.

Care sunt tendințele de piață privind diferențierea în carnea de pasăre?

Ca tendință, piața este sensibilă concomitent, dar în proporții diferite, la preț, la calitate și la bună-stare, adică la felul în care este crescută pasărea din care se produce hrană.

Un studiu recent Rabobank afirmă că de la o cotă de 8-10% pe piața UE a cărnii de pasăre cu creștere lentă

(cu variații între țări) în prezent, estimarea este să se dubleze această cotă până în 2025.

Piețele de carne de pasăre premium sunt foarte diferite în Europa. Franța este lider de aproape 60 de ani în alternativele de diferențiere Label Rouge și Certifie, provenite din rase cu creștere lentă. Un rol important de impulsioneare l-a avut bine cunoscuta French Cuisine (bucătăria franceză), atât de rafinată, bazată pe materie primă de calitate premium.

În Olanda driver-ul principal a fost preocuparea pentru bunăstarea animalelor, promovată de organizații determinate și vocale care au angrenat o inițiativă comună guvern-universități-retaileri-producători ce s-a concretizat într-un standard propriu „chicken of Tomorrow”, bazat pe rase cu creștere lentă, care înlocuiește în prezent 90% din puiul convențional industrial pe rafturile supermarketuri-lor.

În România evaluările companiilor de specialitate estimează în prezent, în consum, o nișă care ocupă circa 3-3,5% carne de pasăre de categorie premium, incluzând carnea provenită din găini cu creștere lentă.

Apreciem cu satisfacție că sunt producători de mare seriozitate, cum este Morandi și Transavia, care ne-au urmat în ultima vreme pe acest drum al consolidării diferențierii premium în carnea de pasăre pe piața din România și care reușesc să o facă cu profesionalism și fără compromisuri.

Există rețele de retail care pun foarte serios accentul pe calitatea produselor oferite cumpărătorilor și pe caracterul sustenabil al producției. Cum au primit acești retaileri demersul Agricola de diferențiere a puilor cu creștere lentă de puii de culoare galbenă?

Discuțiile cu clienții din retailul modern au relevat că proiectul nostru este coerent cu tendințele de creștere și dezvoltare ale segmentelor premium cu accent și pe sănătate. Fiecare mare retailer are proiecte specifice de dezvoltare în acest sens, fie că este vorba - ca să dau doar câteva exemple - de Act for Food sau de K-Clasic sau de K-Favorites, K-Vreau din România.

Retailul este un domeniu foarte dinamic, așa că urmăm atent aceste trenduri în creștere și încercăm să folosim abordarea noastră inovativă ca să le putem răspunde cu produse cum este Puiul Fericit - crescut 100% fără antibiotice.

Trebuie să spun deschis că unele mărci proprii ale unor comercianți care pun pe raft «pui galben» importat sau produs în România sunt susceptibile să nu poată dovedi specificații de calitate care să ateste diferențierea pe care o presupune o carne provenită din

genetică cu creștere lentă. Afirmăm că un consumator nu poate face diferența este valabilă atât timp cât nu are termen de comparație pe același raft. De aceea, trebuie să subliniez exemplul Franței, care este o țară a brandurilor și care lasă consumatorului opțiunea de a alege cu discernământ atunci când plătește un preț. Capacitatea de substituție discutabilă, din importuri și chiar din producția internă, pe raftul mărcilor proprii este incredibil de «tenebroasă» și este un motiv serios să îmi pun problema că la nivelul unei țări cu o dimensiune a consumului ca România este imperios necesar să începem să lucrăm împreună - autoritățile, departamente specializate din cadrul Ministerului Agriculturii, organisme de certificare, UCPR, producători de vocație - la stabilirea unor standarde de țară acreditate și recunoscute de AVEC și care să valorifice specificul condițiilor din România, extinzând clasificarea categoriilor de carne de pasăre premium stabilite în prezent de legislația UE.

Ce înseamnă creșterea lentă? Prin ce diferă tehnologia de creștere? Și cum influențează costul de producție al cărnii de pui?

Trebuie să încep prin a sublinia că este diferită semnificativ creșterea și îngrijirea puilor din rase cu creștere lentă față de puiul convențional cu creștere rapidă. Rasa de găini cu creștere lentă pe care am adus-o în fermele proprii de reproducție este asigurată de furnizorul global consacrat pe acest segment, compania Hubbard din Franța.

Hubbard selecționează rasele cu creștere lentă de mai mult de 50 de ani și de-a lungul anilor a intensificat zona de R&D pentru produsele premium adaptate noilor tendințe. Obiectivul cheie, ne spunea Dl. Bruno Briand, Director de Vânzări al companiei Hubbard, este de a oferi „alegerea naturală” care să conducă la „gust cu diferență” pentru cât mai mulți oameni și în modul cel mai eficient.

Parteneriatul pe care l-am început acum șapte ani cu furnizorul acestei rase, compania Hubbard din Franța, ne-a sprijinit să identificăm punctele cheie pe care trebuie să se concentreze un producător pentru a rămâne eficient, pentru a dezvolta o afacere sănătoasă și pentru a oferi consumatorului un produs cu adevărat valoros.

Mai întâi este o combinație între evaluarea așteptărilor reale ale pieței și capacitatea de a obține rezultate tehnice optime în management. Cel mai important lucru pentru a menține o afacere sănătoasă este să te asiguri că producția de pui calitate Premium este ca urmare a unei cereri reale de piață și nu este rezultatul unui împingeri artificiale de supraproducție



asupra căreia consumatorul nu mai are discernământul unei alegeri corecte sub mirajul unui preț incorect. Simplu fapt că acești pui cresc mai lent, peste 56 de zile (ajungând până la 70 de zile în fluxul unei serii de creștere), că au nevoie de mai mult furaj, că vorbim de densități mult mai mici (uneori cantitatea de carne pe m.p. de hală ajunge la jumătate față de cantitatea de pui convențional, crescut intensiv, pe m.p.) și de îngrijire sporită în zona bunăstării conduce la costuri semnificativ mai mari de producție.

De asemenea, ca urmare a unui cost mai mare al carcasei, cu un randament mai mic decât cel al puiului convențional, în special pentru partea cea mai valoroasă - pieptul (invers decât la puiul convențional) este important ca atât carcasa cât și toate părțile tranșate să se vândă la prețuri de nivel premium.

Marketingul acestei categorii este, de asemenea, important, în sensul în care un astfel de produs, provenit dintr-o rasă cu creștere lentă cu toate atributele atașate, nu mai este un produs tip commodity, ci are o poveste pe care producătorul trebuie să fie capabil să o spună și să o explice în termeni reali și accesibili consumatorului de ce plătește mai mult pentru diferențierea oferită. În acest sens, suntem recunoscători clienților noștri din retail-ul modern, printre care Carrefour, Kaufland, Auchan, Cora, Mega Image care ne-au oferit de-a lungul timpului „insight-uri” valoroase izvorâte dintr-o bună

cunoaștere a diferențierii premium pe piața europeană.

Apoi, desigur că managementul tehnic rămâne baza oricărei afaceri sănătoase bazată pe indicatori tehnologici corecți, o calitate constantă a produsului în spatele căreia stă în egală măsură bunăstarea, jovialitatea puiului și, pe cât se poate mai mult, nici un fel de administrare de antibiotice pe toată durata de creștere, de viață. Ochiul fermierului este întotdeauna esențial. Deși acești pui din găini cu creștere lentă sunt foarte robuști, au totuși nevoie de grija atentă a fermierului pentru a da optimul calității.

Carnea de pui 100% fără antibiotice este ușor de recunoscut în magazin, pentru că această caracteristică este comunicată clar pe etichetă. Dar cum disting cumpărătorii puiul cu creștere lentă de „puiul galben”?

Vorbim în primul rând de conformația carcabei, care este alungită în cazul acestor pui, iar osul pieptului vizibil/perceptibil, pulpele mai lungi. Există în rafturi și pui industrial de culoare galbenă, crescut intensiv, însă la aceștia diferențele de conformație pot fi observate chiar și de către persoane mai puțin avizate.

Toate aceste diferențe exprimate vizual ale puilor proveniți din găini cu creștere lentă rezultă din specificitatea rasei, din vârsta de creștere a puilor de minim 56 de zile, din hrănire – informații pe care producătorii asumați le declară pe etichetă pentru informarea corectă a consumatorilor, precum și pentru asumarea caracteristicilor diferențiatore ale cărnii propriu-zise.

Apoi, distincția cărnii de pui proveniți de la găini cu creștere lentă vine și din experiența directă a consumatorului cu aceasta: inclusiv la palpare se simte fermitatea crescută a cărnii, grăsimea este mai evidentă preponderant în zona abdominală și a pulpelor, iar produsul pregătit are o savoare distinctă.

De ce ați ales acest moment pentru lansarea în piață a Puiului crescut 100% fără antibiotice, într-o perioadă de criză, pandemia COVID-19 fiind, la mai bine de un an de la declanșare, încă prezentă cu trecerea prin al treilea val?

De treizeci de ani de la înființare Agricola a traversat, odată cu toată societatea, nenumărate crize pe care le-a depășit și din care credem că am învățat, de fiecare dată, lecții valoroase care ne-au consolidat încrederea că orice reușită este rezultatul unei echipe care împărtășește aceleași valori. Una dintre valorile perene este inovația, care stă la baza vocației Brandului AGRICOLA de a aduce pe masa consumatorilor noștri mereu produse care să anticipeze așteptările acestora și să le ofere satisfacția unei alegeri cât mai potrivite.



Brandul AGRICOLA este în continuare brandul din România cu cel mai extins coș de categorii de hrană și în fiecare categorie avem exemple de produse premium inovative: Salamul de Sibiu, Salamul Levant, Mozaic - pe gama crud-uscate, Gama fără E-uri pe produsele de conveniență, Ouăle Ochioase și Ouăle Inimoase, produsele lactate naturale și suita din categoria pasăre: Puiul Familist, Puiul Fericit, Puiul Fermierului, Cocoșelul de Pădure - sunt exemple relevante de valoare-adăugată.

Încă de acum doi ani am demarat cercetarea pentru Puiul Fericit, din rasă de găini cu creștere lentă, crescut 100% fără antibiotice, înțelegând preocuparea consumatorilor noștri pentru ceea ce numeam la începutul discuției noastre conceptul de „One Health”.

Pandemia ne-a conștientizat și mai mult că un brand trebuie să conțină invariabil abordarea de „responsibility first”, o abordare responsabilă și empatică centrată pe ceea ce poate îmbunătăți și susține grija pentru sănătate. Este un demers de mare responsabilitate pe toate verigile lanțului nostru integrat și avem convingerea că va consolida încrederea clienților și consumatorilor noștri în brandul AGRICOLA și va deschide un drum nou, deloc ușor, dar necesar, către Next Level în România, pe zona cărnii de pasăre. ■