



Stejná kvalita z farmy až na talíř

Koncept výroby značkových faremních produktů začíná u dobré propagace. Je důležité vybudovat značku či známku, mít dobrou technologii (recepturu) a pak najít farmáře, který se zapojí do systému. Některé farmy v České republice se nedávno zapojily do výroby prémiového masa Qualivo.

Ptáme se zástupců značky Qualivo pro ČR a Slovensko, Davida Dvorského, manažera pro obchodní rozvoj, a Jiřího Austa, technického konzultanta.

Jaké jsou podle vás aktuální trendy v prvovýrobě a následně v produkci masa?

DD: Co se týká lokálního trhu, v posledních letech vidíme jednoznačný trend k požadavkům na dodávky lokálního masa, obzvláště v oblasti hově-

zího. To samozřejmě udržuje poptávku po produkci od lokálních farmářů. Na druhou stranu existuje velice roztržitá úroveň kvality i navzdory tomu, že vzniklo mnoho farmářských chovů. Fenoménem je a bude požadavek na zrání masa u hovězího a čisté vůně a chuti u vepřového. Z mého pohledu je trh prakticky nedotčen z pohledu dostupnosti značkových mas, tím nemyslím cenu, ale kvalitu v čase. O tom spolu s marketingem

a příběhem a jeho pravdivostí bude budoucí trh s masem.

JÁ: Donedávna a řekněme tradičně byla prvovýroba tím subjektem, který definoval, jaký dobytek bude ve stájích, to bylo a stále doposud je dané hlavně genetických základem, který v republice máme. Tím, spolu se standardními přístupy ke krmení, bylo dáno i to, jaké maso bude ve finále na trhu. Dnešní doba obrací trend a odběratelé, tím míním jak koncové spotřebitele, tak

obchodníky, určují, jaké chovy a jaké druhy masa z pohledu funkčního i senzorického chtějí a toto má zcela zásadní vliv na prvovýrobu. Zítřek bude zásadně o kvalitě, udržitelnosti a co nejvyšší úrovni používání medikací, neboť toto bude klient vyžadovat ve stejné prioritě. Například nové iniciativy dánské vlády ohledně povinného snižování úrovně antibiotik ve vepřové produkci velice rychle ovlivní legislativní požadavky na management chovu, toto následně



David Dvorský, manažer pro obchodní rozvoj



Jiří Aust, technický konzultant

zdraží náklady na chov jako takový, tím pádem bude i cena masa vyšší. Je otázkou, jak budou reagovat spotřebitelé, ale tento trend nelze zastavit.

Představte prosím krátce filozofii výroby značkového masa Qualivo.

DD: Qualivo je značka masa, za kterou se skrývá celý životní cyklus od prvovýroby po způsob prodeje a propagace masa. Pod značkou Qualivo jsou implementovány koncepty pro hovězí, telecí a vepřové maso. Značka Qualivo byla

vedena do života Jürgem Hofmannem, majitelem společnosti Hofmann Nutrition AG ze Švýcarska v roce 1997 a dnes je maso pod značkou Qualivo produkováno a prodáváno ve Švýcarsku, Německu, České republice a na Slovensku. Filozofie konceptu Qualivo vychází na straně prvovýroby z nekompromisní snahy o zdraví zvířete, špičkové krmění, ekonomiku chovatele díky špičkovým výkrmovým parametrům a na straně druhé o neporovnatelnou kvalitu pro toho, kdo maso prodává do trhu.

Implementace systému Qualivo znamená, že farmář a zpracovatel má zajištěn odběr zvířete a masa, neboť majitelé licence pro prodej Qualiva trh mu tento odběr garantují a je součástí licenčních dohod. Hlavní výhodou tohoto konceptu pro zákazníka je, že nejen maso skvěle chutná, ale jeho kvalita nekolísá.

Jak se dostal švýcarský koncept Qualivo na český trh?

DD: Qualivo jako koncept jsem osobně poznal v roce 2012 ve Švýcarsku a kom-

pletně mi změnil můj život, neboť když jsem pochopil, co za kvalitu mám na talíři a následně v ústech, a jak toto koresponduje se zdravím zvířat, tak jsem chtěl, aby takový koncept fungoval i zde. Pan Hofmann chtěl v té době rozšířit jeho koncept i mimo Švýcarsko a Německo a domluvili jsme se spolu, že se pokusíme Qualivo implementovat i u nás a na Slovensku. V roce 2012 byl postupně zakládán lokální chov hovězího dobytka na dvou farmách v blízkosti jihomoravských Jevišovic a do doby, než zvířata vyrostla, jsme do trhu uplatňovali maso z Německa, od roku 2013 je v trhu již české hovězí. Dnes je kapacita lokálního chovu na úrovni 300 kusů ročně, na trhu je k dispozici i vepřové a telecí Qualivo z Německa, přičemž v roce 2017 budou všechny tři druhy masa Qualivo produkovány v České republice.

Lze vůbec v živočišné výrobě zajistit stálá kvalita? Jaké na to má systém nástroje?

JA: Samozřejmě, že ano. Jedním z prvních předpokladů je ale i disciplína klíčových pracovníků na farmách tak, abyste implementovaný systém pečlivě dodržovali. Jak se říká, chovatelé musí tu kvalitu dostat do krve a každý den na ní tvrdě pracovat. Roli hraje vše: krmivo, welfare, napájení, včasná diagnostika případné choroby, transport na porážku. Myslím, že toto vše je důležitější než genetika. Dnes spolu soupeří geneticky rozdílné chovy, masná plemena proti kombinovaným u hovězího, u prasat pak jde o chovy různých plemen (přestické černostrakaté prasce, mangalica apod.) proti konvenční produkci finálních hybridů prasat. Na konci dne je důležité, jak bude vypadat maso a jaké bude mít vlastnosti.

Je důležitý aspekt krmiva a imunity zvířat pro kvalitu masa? Co je klíčem?

JA: Je absolutně klíčové mít know-how o tom, jak krmit a jak dosáhnout vysoké úrovně zdraví a imunity zvířete. Velice důležitým aspektem je nejen makro nutriční, ale i mikro nutriční část krmené dávky. Medikace, obzvláště u vepřového, klíčově ovlivňují chuť masa. Obecně lze říci, že vše lze poznat z chuti tuku, ve kterém se ukládají rezidua a velice ovlivňují chuť. Jiné hovězí bude z volných chovů, jiné z výkrmů, rozdílné hovězí bude z výkrmů





na kukuřičné siláži nebo z výkrmu na kompletní krmné směsi. Perfektně fungující buněčná membrána je také hlavním parametrem pro úroveň vaznosti vody, a to jak u mokrého způsobu zrání, tak u samotného vaření.

Koncept značkového masa by mohl být cestou k přiměřeným ziskům pro celou vertikálu, můžete to potvrdit?

DD: Ano, máte pravdu, celý systém se snaží být vybalancovaný s minimem rizik pro výrobu tak, aby obchodník měl jistotu, že se prvovýroba a zpracovatelé věnují kvalitě a neřeší kompromisy. Exkluzivita pro obchodníka zase znamená, že má zajištěnou pozici na trhu oproti konkurenci.

Jaký vztah (smlouvu) uzavírá prvovýrobce s „majitelem licence“?

DD: Majitel značky, společnost Hofmann Nutrition, uzavírá exkluzivní licenci pro obchodní společnost a daný segment trhu, ve kterém specifikuje základní podmínky pro vlastnictví práva prodávat maso do trhu. Zároveň v této smlouvě ukotvuje minimální povinná množství pro prvovýrobu, to dává farmářům pojistku, že vlast-

ník licence zabezpečí odbyt. Farma musí být na druhou stranu certifikovaná společností Hofmann Nutrition. V současné době jsme podepsali licenční smlouvu pro Českou republiku a Slovensko se společností Makro/Metro pro velkoobchodní prodej, majoritně pro oblast HoReCa (hotely, restaurace, kavárny). v roce 2017 bychom rádi vybrali společnost pro segment maloobchodního prodeje.

Jak zajišťujete, aby zvířata byla bez stresu přepravována na porážku, jakým způsobem se porážejí – jsou nějaká specifika?

JA: Snažíme se vždy nastavit spolupráci mezi farmou a porážkou tak, aby geografická vzdálenost byla co nejkratší. Na druhou stranu, doposud jsou zvířata porážena standardním způsobem, jelikož díky speciálnímu konceptu výživy zvířete je schopnost absorbovat určitá množství stresových hormonů velice vysoká. Nemáme problémy s kvalitou masa ani při standardním způsobu porážky. Před bouráním hovězího masa necháváme půlky viset tři dny, aby došlo k povolení rigor mortis,

u vepřového jsou půlky ve visu jeden den.

Jak je řešené zrání masa a jak se dokážete vypořádat s vyššími náklady masa při prodeji?

JA: Systém zrání u masa Qualivo je vždy pouze mokré zrání. Vnitřnosti a řezy na kosti a které jdou na prodej hned se zárukou 7–10 dní, naopak ostatní části nejdu prakticky vůbec do visu a zrají ve vakuu v 0 až 2 °C, u hovězího má většina řezů záruku až 37 dní po zabalení, u vepřového až 14 dní. Skvělé je to, že vysoká vaznost vody nedovoluje, aby voda vytekla z masa do vakuu, a tím pádem je maso velice křehké po úpravě.

DD: Vyšší cena masa znamená samozřejmě, že musíte prodávat prakticky všechny části ze zvířete za vyšší cenu. Takzvaně od čumáku po ocas, trh se postupně kultivuje a lidé jsou ochotni zaplatit vyšší cenu za stabilní kvalitu. Značka jim má pomoci v čase získat důvěru a kvalita masa jim dovoluje i experimentovat. Při dnešní penetraci televizních pořadů a dostupnosti mnoha nových kuchařek se lidé zajímají i o to, z jakého řezu lze co vařit. Začínají i doma používat postupy, jako je konfitování apod. To zvyšuje šance prodávat maso v jednotlivých



řezech a dávat možnost si vybrat mezi hovězím válečkem a ořechem, nejen kupovat hovězí zadní. V současné době je Qualivo distribuováno hlavně pro klienty v HoReCa segmentu, takže i balení odpovídají potřebám pro profesionální kuchaře. Výjimkou nejsou ale ani speciální řezy na kostech pro minutkovou úpravu. Neopomenu ale vzpomenout i popularitu hovězích vnitřností, jako jsou játra a srdce, které krásně fungují na minutkovou úpravu a svou čistou chutí přesvědčují klienty o pravdivosti celého konceptu, neboť, jak již bylo řečeno, v tuku a vnitřnostech se usazuje nejvyšší množství reziduí a pachutí z krmiva, medikamentů a stresu. Spotřebitelé se začínají vracet ke konzumaci i těchto částí zvířete i kvůli výživovým důvodům, jen si musí být jistí kvalitou a zdravím zvířete.

Lukáš Prýmas