

bioland

klar | kritisch | konstruktiv



Розвивати ринок спільними зусиллями

Ланцюжки доданої вартості у вирощуванні ягнят

Автор:

Брігітте Штайн

ПРО ЩО ЙДЕТЬСЯ:

Продукти харчування з овечого й козячого молока користуються неабиякою популярністю. Але реалізація козенят і ягнят на ринку потребує чималих зусиль. На міжнародній конференції з органічного вівчарства й козівництва у селищі Геґне на Боденському озері обговорювалися можливі шляхи, що дають можливість впоратися з цим викликом.

Санда й Ніклаус Фітце створили фермерське господарство з вирощування молочних кіз з чіткою структурою виробництва й використовують всі можливості для покращення своєї діяльності та реалізують на ринку власноруч вирощені ними козенята. Президент швейцарської асоціації козівників Штефан Гайсман вважає саме такий підхід сильною стороною цього сімейного фермерського господарства. Після такої високої оцінки нікого не дивує те, що учасники 15-ї міжнародної конференції з вівчарства й козівництва, організованої Асоціацією органічних виробників Німеччини Bioland, відвідали саме сімейну ферму подружжя Фітце із швейцарського міста Віль.

Ця ферма, де утримуються 200 молочних кіз, гірських бурих та зааненських кіз, розташована у затишному місці, далеко від дому Сандри та Ніклауса Фітце. В цих умовах особливого значення набуває ефективність господарювання. Годівля в стійлах здійснюється в основному за допомогою автоматичної годівниці з таймером і стрічкового

кормороздавача. Фермерка розповідає, що щоденний випас тварин триває недовго, але є доволі інтенсивним. А от під час доїння на доїльній каруселі вона не дивиться на годинник: "Доїння для мене - не спорт високих досягнень, а можливість побачити всіх своїх тварин", - каже Сандра. Вирощування та реалізація козенят є для подружжя справою честі і водночас можливістю для подальшого вдосконалення. Козенят відокремлюють від матері під час першого ранкового доїння й вирощують на скислому коров'ячому молоці. Шести- або восьмижневі козенята добре продаються на ринку.

Роздрібна торгова мережа Соор допомагає реалізувати продукцію

У Швейцарії маркетингом займається Асоціація козівників "Ziegenfreunde", розповів Штефан Гайсманн. Козенят необхідно зареєструвати ще в момент спарювання молочних кіз, щоб асоціація мала можливість відповідним чином спланувати свою діяльність. Козівники втримують однакову ціну на своїх тварин протягом усього року. Асоціація "Ziegenfreunde" домовилася з роздрібною мережею Соор, яка пропонує на продаж м'ясо козенят впродовж всього року. Асоціація контролює обсяги поставок і заморожує тушки тварин, щоб мати можливість постачати їх у періоди підвищеного попиту. «Прямий маркетинг козенят є надто дорогим для козівників», - каже Гайсманн. З урахуванням витрат на забій, переробку та продаж своєї продукції, козівникам важко самим розрахувати ціну,

Всі ягнята породи Лакон, що вирощуються на молочній вівчарській фермі Андреаса Саутера у швейцарському селі Вольфертсвіль, реалізуються на ринку під торговою маркою alpstein-Lamm (ягнята з регіону Альпштайн).

яка б покривала їхні витрати. Швейцарська сільськогосподарська дослідно-навчальна ферма Plantahof in Chur також користується послугами із продажу козенят на ринку асоціації "Ziegenfreunde". Ферма, на якій утримується 70 кіз породи Грізон, 60 овець породи Лакон і 60 овець породи Біла Альпійська, основні зусилля спрямовує на підготовку молодих спеціалістів, тому періоди окоту кіз та оснащення ферми спрямовані саме на ці потреби. Тому час окоту припадає на осінь. Директор дослідно-навчальної ферми Андреас Стрікер пояснив, що не всі ягнята і козенята можуть бути продані або перероблені безпосередньо самим господарством. Для відновлення поголів'я фермі Plantahof потрібні близько 15 самок у рік.

Старт проєкту в Німеччині

Швейцарська Асоціація "Ziegenfreunde" та її досвід організації збуту козенят викликали неабиякий інтерес у учасників екскурсії з Німеччини, зокрема першої доповідачки на конференції з органічного утримання й вирощування овець, організованої Асоціацією Bioland, яка відбулася на початку листопада. Анжеліка Ессер висловила бажання взяти на себе функції координаторки проєкту із маркетингу

продукції з вищою доданою вартістю, отриманої від вирощування ягнят та козенят на півдні Німеччини. Її робота впродовж трьох років буде фінансуватися Федеральною програмою із сприяння розвитку органічного сільського господарства в Німеччині (BÖLN). Партнерами проєкту є Асоціація виробників овечого та козячого молока (VSZM), Асоціація "Біоланд", Асоціація "Деметер", молочний завод Andechser та мануфактура Monte Ziege. Асоціації козівництва в Баварії та Баден-Вюртемберзі також підтримали цей проєкт. "Вирощування козенят обходиться фермі-виробнику в 200 євро, а при ціні продажу шляхом прямого збуту в 150 євро кожне козеня є збитковим", - каже Ессер.

Учасники проєкту розраховують на те, що завдяки координації зусиль з продажу продукції фермерськими господарствами-виробниками вдасться забезпечити поставки цієї продукції на ринок точно в потрібні строки і з якістю, що відповідає потребам споживачів. Ця ідея якраз співзвучна підходу швейцарської Асоціації "Ziegenfreunde". Ессер хоче об'єднати весь ланцюжок створення додаткової вартості, щоб забезпечити надійність поставок. Зрештою, вона прагне створити структури, що добре зарекомендували себе на практиці, для маркетингу ягнят та козенят. На її думку важливо при цьому завоювати довіру споживачів, щоб добитися успішної реалізації цієї продукції також і в мережі громадського харчування та виїзної торгівлі (торгівлі з доставкою).

В Австрії таку ж ідею намагається втілити в життя Марі-Терес Шлеммер в рамках проєкту "Bock auf Ziege". На фестивалі здорової їжі Goatober Food Festival 2021 вона ініціювала подію, присвячену харчовим продуктам із м'яса молодих кіз та овець, й прагне популяризувати й іншу продукцію від вирощування ягнят і козенят. Анжеліка Ессер представила свій план на 2022 рік, що мав розпочатися з участі у спеціалізованій виставці Biofach, яку наразі перенесено на пізніший строк. Серед інших дат у її календарі - сільськогосподарський ярмарок у Штутгарті та спеціалізований ярмарок Slow Schaf у Мюнсінгені. А ще у списку її потенційних партнерів - телевізійні кулінарні шоу та інші впливові організації.

Аргумент: сталість

Флоріан Лайбер, співробітник швейцарського науково-дослідного інституту органічного сільського господарства (FiBL) вважає, що ідея сталості повинна пронизувати всі підходи до маркетингу

й збуту продуктів харчування на споживчому ринку. "Нам потрібно краще доносити до свідомості споживача наші зусилля із сталого використання лук та пасовищ", - каже він. За його словами, з огляду на дефіцит ресурсів у всьому світі використання продуктів, придатних для споживання людиною, на корм для тварин, неможливо виправдати ніякими причинами. З початку 2022 року об'єднання швейцарських виробників органічної продукції BioSuisse встановило п'ятивідсотковий ліміт на споживання концентрованих кормів. Це дає можливість покращити використання лук і пасовищ і водночас оптимізувати режим годівлі з урахуванням потреб відповідного виду, вважає Лайбер.

А це, у свою чергу, є вагомим аргументом у сприйнятті з боку громадськості.

З урахуванням такого підходу, швейцарська молочна вівчарська ферма Андреаса Саутера у Вольфертсвілі успішно здійснює маркетинг своїх ягнят під торговою маркою «Alpstein-Lamm» (ягнята з регіону Альпштайн). Фермерське господарство Sauter, на якому побувала ще одна екскурсія від міжнародної конференції з вівчарства та козівництва, є великим підприємством з утримання молочних овець, що нараховує 400 голів породи Лакон. Той факт, що воно самостійно відгодовує всіх своїх ягнят, є доволі незвичним, вважає Андреас Керн, експерт Асоціації виробників органічної продукції Німеччини Bioland. Етикетка з написом Alpstein-Lamm стала символом вишуканого смаку та сталого підходу до господарювання і завоювала визнання споживачів.



Молоді смугасті кози породи Грізон на дослідно-навчальній фермі Plantahof in Chur: привабливий об'єкт для фотографа.



Цей матеріал перекладено українською мовою проєктом "Німецько-українська співпраця у галузі органічного сільського господарства".

©Всі права захищені

Повне чи часткове відтворення чи передача цієї публікації в будь-якій формі чи будь-якими засобами, в тому числі електронними, механічними, шляхом фотокопування чи запису чи у будь-якій іншій спосіб можливі лише за попередньої згоди авторів або видавця.