



Tjedan u
10 pitanja



razgovarao ZLATKO ŠIMIĆ

Naš odležani baby beef Hrvatima je otkrio okuse prave junetine

FOTO: DAVOR PONGRAČIĆ/HANZAMEDIA



➔ **DARKO CELOVEC**
predsjednik Udruge Baby Beef, govori o uspješnoj godišnjici brenda Hrvatska junetina

1 Gospodine Celovec, čestitam! U samo godinu dana rada vaše robne marke "Hrvatska junetina - Udruge Baby Beef" uspjeli ste vratiti popularni "baby beef" domaćem potrošaču po normalnim cijenama. Za početak pojasnite nam što je "baby beef"?

- Zahvaljujem na čestitkama. Baby beef je sistem uzgoja mlade junadi koja se hrani velikim količinama žitarica tj. kukuruzom. Takvim načinom ishrane potičemo intramuskularno zamašćenje pa meso dobiva poseban slador, mekoću, a rezultat je proizvod izvanrednog okusa i visoke kvalitete.

2 Kada je nastala udruga i kojim poslovima se bavi?

- Udruga BB nastala je 2000. godine s ciljem zaštite interesa proizvođača tovne junadi. Posao udruge je da kroz suradnju s državnim i znanstvenim tijelima omogući bolju konkurentnost članova. Udruga članove informira o svim novitetima koje oni zbog svoje specifičnosti posla nisu u mogućnosti pratiti. Udruga sa svojim partnerima dogovara otvaranje novih tržišta, kao i posebne pogodnosti za razne usluge.

3 Kakvo je tada bilo, a kakvo je danas stanje u tovnom govedarstvu?

- Prije 19 godina situacija je bila sasvim drugačija nego danas. Imali smo samo jedno tržište, profitabilnosti nije bilo, naplata je bila katastrofalna, stočni fond devastiran. Danas je situacija malo bolja, imamo kvalitetna tržišta, relativno dobru naplatu, ali i veliku konkurenciju iz zemalja EU, koje su mnogo konkurentnije od nas. Te zemlje mnogo su ranije ušle u EU, povukle mnoga sredstva iz fondova EU, proizvodnja im je financirana niskim kamatama, intenzivnije praćena sa strane države... Danas je stočni fond još u gorem stanju nego prije.

4 Koji su vaši prijedlozi za rješavanje sadašnjih problema i kako vidite budućnost vaše proizvodnje?

- Postoji velika perspektiva naše proizvodnje. Nažalost, država dosad nije prepoznala benefite koje pruža tovno govedarstvo. Tovno govedarstvo tj. stočarstvo je višestruka multiplikacija dodane vrijednosti i u tom smjeru treba ići poljoprivreda, a rezultat će se vidjeti na kompletnom hrvatskom gospodarstvu. Obnova stočnog fonda pod hitno, količinski i genetski. Hitno staviti sve neobrađivo poljoprivredno zemljište u funkciju. Bez zemlje nema ni proizvodnje. Bolju konkurentnost povećati uz pomoć države kroz efikasnije povlačenje sredstava iz EU.

4.a) Ali sada su u planu ZPP predviđena manja sredstva za poljoprivredu

u EU taman kad smo mi tek došli na red. Kako se boriti protiv toga, a ostati konkurentan?

- Da, budućnost ne izgleda dobro. Prijedlog EU je da se u sljedećem programskom razdoblju 2021. - 2027. umanje i ograniče potpore za svu HR poljoprivredu, što bi nas kao zemlju koja je zadnja ušla u EU i koja je povukla najmanje sredstava iz EU dovelo do još manje konkurentnosti. To bi bila katastrofa. Našu proizvodnju u najvećem dijelu drže srednji i veliki proizvođači koji jedino mogu konkurirati proizvođačima iz EU.

5 Gubite i na domaćem terenu. Uzeli su vam oznaku HPA "Meso s hrvatskih farmi" jer telad kupujete na tržištu EU. Je li to bio ključni trenutak za ekipiranje proizvođača u udruhu?

- Više od godinu dana telad uzgajamo na hrvatskim farmama, hrvatskom hranom, hrvatskom radnom snagom, plaćamo hrvatske poreze. Recite mi, to nije "Meso s hrvatskih farmi"? Stočni fond je uništen. Gdje u Hrvatskoj da kupimo telad? Prije rata imali smo 470 tisuća krava, sada imamo 170 tisuća. Teladi nema, te da bi naša proizvodnja opstala morali smo se okrenuti susjednim tržištima.

6 Gdje kupujete telad koja postaju junad i koliko traje njihov ciklus odrastanja?

- Telad kupujemo u Češkoj, Slovačkoj, Mađarskoj i Rumunjskoj vrlo male starosti i odlične kvalitete. Naime, te su zemlje svoj stočni fond obnavljale kroz francuske tovnne pasmine, a takvu junad danas traže i naši kupci. Telad kupujemo u starosti od par mjeseci i uzgajamo je više od godinu dana s domaćom hranom.

7 Može li se reći da ste iz inata napravili brend koji je u samo godinu dana zauzeo 25 posto tržišta govedine u HR i smanjio njen uvoz?

- Nismo mogli gledati da na policama trgovačkih lanaca naše svježe, kontrolirano, meso vrhunske kvalitete i poznatog porijekla bude u istom rangu s onim "uvoznim" upitne svježine i kvalitete. Morali smo nešto poduzeti i znali smo da će hrvatski potrošač znati prepoznati domaću proizvodnju koja je sigurno kvalitetnija i sigurnija od one druge. Ako je naša junetina cijenjena u Toskani, onda nema nikakvog razloga da ne bude i u Hrvatskoj.

8 Što sada od klasificirane junetine možemo kupiti u dućanima, a prije nismo?

- Izrazito smo zadovoljni što se trend konzumacije junetine u Hrvatskoj mijenja. Nekada se junetina samo kuhala, a danas se priprema na sve načine. Hit je odležalo meso koje se prije nije moglo kupiti iz razloga što se nije ni tražilo. Danas sve kategorije junećeg mesa možete naći u hrvatskim dućanima.

9 Koliko vas je u udruzi, na kojim ste tržištima i gdje se širite?

- Udrugu čini 330 članova, proizvodimo 120.000 tovnih junadi godišnje, što čini 90% cjelokupnog tovnog govedarstva Hrvatske. U sedam smo naših najvećih trgovačkih lanaca. Trenutačno smo kroz prodaju žive stoke prisutni na tržištu Italije, Libanona, Kosova, Crne Gore, Srbije dok naši partneri brenda prodaju meso na tržišta Italije, Slovenije, Bosne i Kine. Cilj nam je u skoro vrijeme otvoriti tržište Turske.

10 Uskrs će. Janjetina, svinjetina... Što s junetinom za ovaj blagdan?

- Naš je savjet; Uskrs, janjetina i svinjetina, Božić, purica, par dana u godini riba, a sve ostale dane u godini "Hrvatska junetina - Udruge Baby Beef". ■