

Ab ovo – czyli „od początku” o naturalnych dodatkach do żywności



Rozmowę z Mieszkiem Kurasik specjalistą ds. marketingu firmy OVOVITA przeprowadziła Aleksandra Byczyk

Aleksandra Byczyk – Jak długo firma funkcjonuje na rynku dodatków do żywności, proszę przybliżyć najważniejsze etapy jej rozwoju?

Mieszko Kurasik – Zakład Przetwórstwa Jaj Ovovita rozpoczął produkcję w lipcu 2006 roku. Od tego czasu systematycznie wprowadza do obrotu nowe rodzaje płynnych, suszonych i gotowanych produktów jajecznych oraz stale poszerza grono klientów: znaczących polskich i unijnych producentów żywności. Na ten moment Ovovita posiada również weterynaryjne pozwolenia transportowe do 121 krajów trzecich. Firmie udało się uzyskać certyfikat koszerności oraz certyfikat Hallal, a także wprowadzić i certyfikować Zintegrowany System Zarządzania Jakością ISO 9001:2000; ISO 22000:2005. Od początku działalności Zakład współpracuje z Katedrą Technologii Surowców Zwierzę-



cych Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu pod kierownictwem prof. dr hab. Tadeusza Trziszki. Pod koniec roku 2007 firma została włączona do nowopowstałego klastra NUTRI-BIOMED, stworzonego przez Wrocławski Park Technologiczny SA. Udział firmy jest związany z wytwarzaniem półproduktów na bazie surowca jajczarskiego do celów nutraceutycznych i biomedycznych, w tym suplementów diety. Do tej pory Ovovita miała przyjemność prezentować pełną gamę produktów na międzynarodowych targach wyrobów spożywczych i gastronomii POLAGRA FOOD w Poznaniu (2007 i 2008), ANUGA w Kolonii (2007) oraz najbardziej prestiżowych targach dodatków do żywno-

ści Fi FOOD INGREDIENTS EUROPE w Londynie (2007).

A.B. – Proszę przedstawić przykłady najciekawszych produktów w ofercie – jakie nagrody zostały im przyznane?

M.K. – W ofercie Ovovity znajdują się produkty, przeznaczone przede wszystkim do dalszego przetwórstwa w firmach cukierniczych, piekarniczych, do produkcji makaronów, majonezów, wyrobów garmażeryjnych, jak również branży gastronomicznej i cateringowej:

- płynne przetwory jajeczne: płynne jaja, płynne żółtko, płynne białko oraz nowość: jaja w spray'u służące do glazurowania pieczywa cukierniczego;
- suszone przetwory jajeczne: proszek z całych jaj, proszek z żółtka jaj, proszek z białka jaj, albuminy pienne i żelujące;
- oraz zasługujące na szczególną uwagę przetwory z jaj gotowanych: całe jaja gotowane na twardo, obrane ze skorupy, pakowane w zalewie lub
- w atmosferze ochronnej oraz krajanka z jaj gotowanych pakowana w atmosferze ochronnej.

A.B. – Podczas Targów Taropak firma Ovovita zaprezentowała przykuwający uwagę, spójny i wyraźny image – jaką wagę ma dla Państwa nowoczesny design, czy korzystacie z porad ekspertów. Z jaką agencją reklamową Państwo współpracujecie?

M.K. – Firma Ovovita wykorzystuje najlepszy w Polsce i jeden z najnowocześniejszych w Europie park maszynowy. Działa w oparciu o najnowsze technologie produkcji. Tak też chcemy być postrzegani na rynku: jako nowoczesna firma produkująca najwyższej jakości produkty. Dlatego określony, wyrazisty design jest nieodłącznym elementem naszej firmy. Dział marketingu tworzą ludzie młodzi i kreatywni, w związku z czym do tej pory nie było potrzeby korzystania z usług agencji reklamowych.



A.B. – *Jak oceniacie swój debiut na targach?*

M.K. – Po raz pierwszy zaprezentowaliśmy się na targach poznańskich w roku 2007 i uważamy ten debiut za bardzo udany.

A.B. – *Jak Pan ocenia zmiany i kierunek polskiego rynku dodatków do żywności?*

M.K. – W moim przekonaniu polski rynek dodatków do żywności rozwija się dynamicznie, chociaż daleko mu jeszcze do krajów Europy Zachodniej. Te zmiany można zaobserwować przyglądając się chociażby stylowi życia ludności, który stał się wyznacznikiem naszych czasów. Szybkie tempo życia powoduje, że rośnie zapotrzebowanie na wysoko przetworzone produkty żywieniowe, nadające się do szybkiego wykorzystania. Ostatnio zauważyłem na sklepowej półce placki ziemniaczane w proszku (!), nie mówiąc o zupach, sosach czy ciastach. Takie produkty z pewnością wymagają szerokiej gamy dodatków do żywności: środków spulchniających, emulgatorów, barwników, aromatów.

Z kolej wyroby Ovovity, zaliczane do dodatków do żywności, nie są ich typowym przykładem. Sklasyfikowałbym je raczej jako w pełni naturalne półprodukty, stosowane coraz częściej jako odpowiednik jaj w skorupkach. Powód? Wygoda użycia, oszczędność czasu, czy też, w przypadku proszków jajecznych, wielomiesięczny okres przydatności.

Myślę, że za kilka lat doczekamy momentu, kiedy w Polsce, wzorem państw zachodnich, zakłady wykorzystujące w swej produkcji jaja, będą miały prawny obowiązek stosowania produktów pasteryzowanych, ze względu na ich czystość mikrobiologiczną.

A.B. – *Dziękuję za rozmowę.*

