

Plany na dziś, plany na jutro - spotkanie zespołów **Hubbard** i **Novogen** we Francji

W ostatnich dniach czerwca pracownicy i przedstawiciele firm Hubbard i Novogen przyjechali na tydzień do Nantes we Francji. Ponad 100 techników i przedstawicieli handlowych z pięciu kontynentów wymieniało się swoją wiedzą i doświadczeniem na spotkaniach tematycznych. Skupiano się głównie na kampaniach: Hubbarda - „Mniej paszy, więcej mięsa” („Less feed, more meet”) i Novogena - „Geny dla lepszych jaj konsumpcyjnych”.

Warsztaty obejmowały m.in. zagadnienia genetyczne, żywienie, weterynaryjne, procesy inkubacji jaj oraz przetwórstwa mięsa drobiowego. Nie zabrakło również tematów dotyczących szeroko pojętego biznesu. Częścią spotkania było zwiedzanie siedziby Grupy Grimaud w Roussay, które dosko-

nale zobrazowało wzajemne korelacje, przede wszystkim wymianę wiedzy i technologii pomiędzy poszczególnymi komórkami działającymi w obrębie Grupy.

Celem głównym prowadzonych warsztatów było doskonalenie jakości oferowanych, przez obie firmy, produktów oraz opracowanie



O Novogenie

Novogen powstał w 2008 roku. Swoją siedzibę główną ma w Quintin we Francji. Firma jest spółką, w której największym udziałowcem jest Grupa Grimaud.

Novogen zaopatruje niezależne podmioty sektora produkcji jaj konsumpcyjnych w stada prarodicielskie i rodzicielskie kury nioski. Spółka skupia wszystkie wysiłki na swojej podstawowej działalności: badaniach i rozwoju produktów tak, aby zaspokajały one konkretne potrzeby konsumentów.

Novogen oferuje konkurencyjne rasy niosek, produkujące jaja o białej i brązowej barwie skorupy, dostosowane do różnych segmentów rynku - tak konwencjonalnego, jak i dla rynku alternatywnego.

Produkty Novogena są obecne na każdym z kontynentów, w ponad 50 krajach.

strategii sprostania wymaganiom poszczególnych rynków - tak obecnie, jak i w przyszłości.

Inwestycje poczynione w R&D (genetyka), w wiedzę techniczną i w ludzi wyraźnie przyspieszyły rozwój Hubbarda. Obecnie firma szybko zdobywa udziały w rynkach na całym świecie, w tym także w rejonach szybko rozwijających się, takich jak Azja.

Natomiast Novogen, od chwili uruchomienia firmy w 2008 roku, w krótkim czasie został uznany za wiarygodnego, globalnego dostawcę wartościowej genetycznie kury nioski. Stało się tak za sprawą produktów NOVOgen Brown i NOVOgen White, które uzyskały doskonałe rezultaty produkcyjne na wszystkich kontynentach. ■

O Hubbardzie

Z niewielkiego stada kur, z którym małżeństwo Ira i Oliver Hubbardowie rozpoczęli swój biznes w 1921 roku, firma urosła do jednego z głównych graczy zajmujących się genetyką kur mięsnych na rynku międzynarodowym.

Rodzinne przedsiębiorstwo pozostawało w rękach Hubbardów aż do momentu jego przejęcia przez Merck w 1974 roku. Kilkanaście lat później, w 1997 roku Hubbard połączył się z grupą ISA z Francji, by od 2003 roku skoncentrować się wyłącznie na hodowli brojlerów. Odkąd francuski holding hodowlany Grupa Grimaud przejął Hubbarda od Merial w 2005 roku, ten znów stał się częścią rodzinnego biznesu.

Hubbard realizuje programy selekcyjne w trzech centrach badawczo-rozwojowych w Europie i Ameryce Północnej. Posiada ośrodki produkcyjne w Europie, Ameryce Północnej i Brazylii. Firma ma wieloletnie doświadczenie w genetycznym doskonaleniu kur mięsnych i sprzedaży stad reprodukcyjnych (prarodicielskich i rodzicielskich) przeznaczonych dla obu rynków: konwencjonalnego i alternatywnego.

Obecność w prawie 100 krajach na całym świecie i wsparcie dedykowanych zespołów zaangażowanych w R&D (badania i rozwój), produkcję, serwis techniczny oraz sprzedaż i marketing zapewniają ciągłość dostawy produktów wysokiej jakości, dostosowanych do różnych rynków brojlerowskich na całym świecie.