

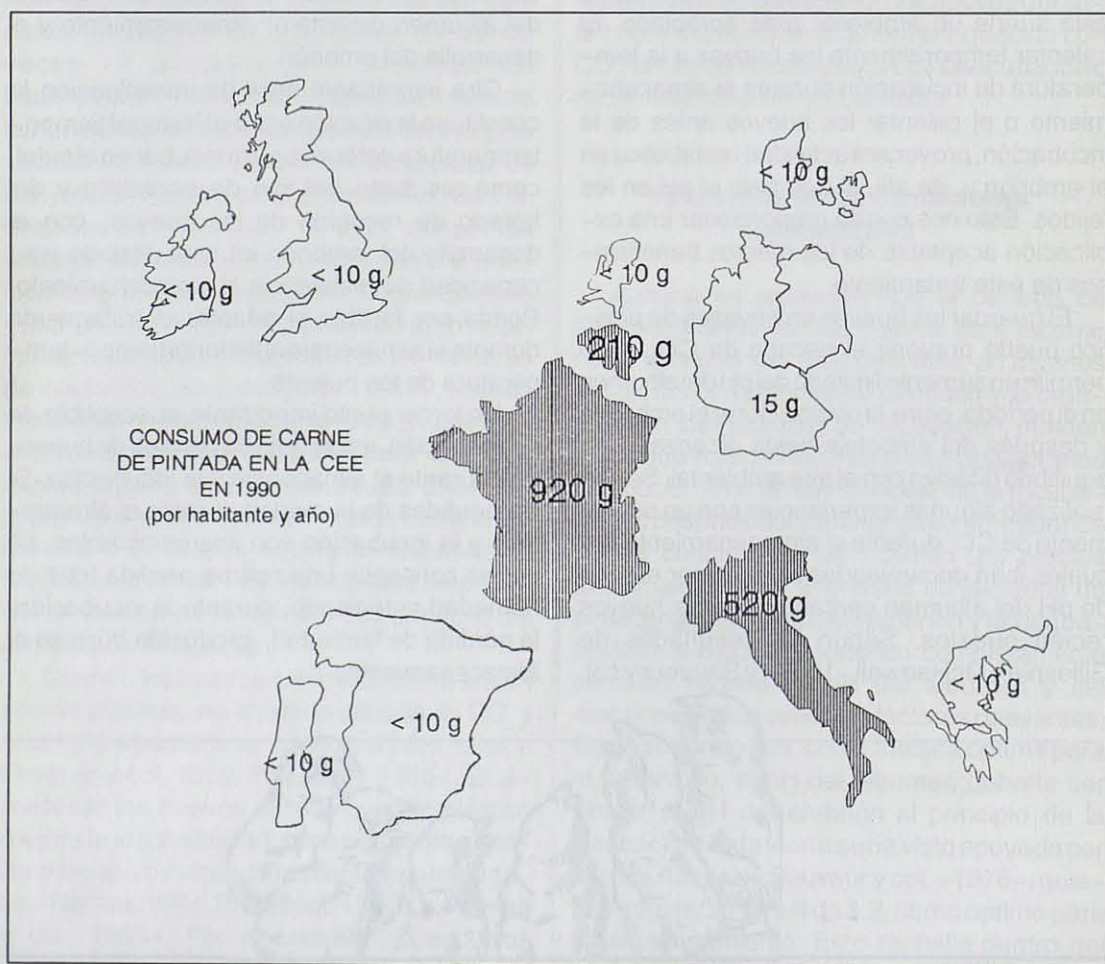
El consumo de carne de pintada en la CEE

(*Marché International des Produits Avicoles*, 1992: 8, 8-9)

El consumo de carne de pintada es bastante reducido en el seno de la CEE. Exceptuando Francia, existen tan sólo dos países, Italia y Bélgica, en los que la gente demuestra una marcada afición por esta ave, alcanzando su consumo, en estos dos países, la cifra de 520 y 210 gramos por año y habitante, respectivamente. Por otra parte, estos dos países, juntamente con Francia, son los únicos dentro de la Comunidad que disponen de una producción

de pintada organizada. En los restantes países no pasa de constituir una producción marginal, como lo demuestran las 3 toneladas producidas en 1991 en la ex RFA y las 16 toneladas producidas en la ex RDA.

Por lo que respecta a la mayoría de los países de la CEE, el consumo es muy reducido, alcanzando apenas unos pocos gramos al año "per cápita". La oferta se cubre esencialmente por carnes importadas, consistiendo



exclusivamente o casi exclusivamente en canales enteras. En estos mercados, la pintada constituye un ave desconocida para el gran público, siendo apreciada tan sólo por una minoría de consumidores experimentados.

La ausencia de notoriedad no es tan sólo un atributo de la pintada, sino una característica común de la gran mayoría de aves secundarias -pato, oca, paloma, codorniz...-. En efecto, en numerosos países el pollo continúa estando omnipresente, dejando tan sólo un pequeño espacio para las otras aves. En los últimos 10 años, el consumo de pavo ha experimentado un importante desarrollo en Europa, pero no ha conseguido penetrar del todo en la CEE y muchos países, como España y Grecia, le dispensan todavía una fría acogida. También para las otras aves, el desarrollo del mercado europeo no es nada cómodo. El pato por ejemplo, a pesar de que su producción es tres veces más importante que la de la pintada en el seno de la CEE, difícilmente consigue penetrar en una gran parte de los países europeos, como por ejemplo en España, Portugal, Países Bajos, Dinamarca, etc.

El Reino Unido y Alemania constituyen probablemente, en este contexto, los mercados que mayor número de bazas presentan para la penetración de la pintada francesa. Estas bazas son las siguientes:

- Sus habitantes: 79 millones para Alemania, 56 millones para el reino Unido.

- La existencia de circuitos de importación bien establecidos para el ave. El Reino Unido y Alemania constituyen los dos principales clientes europeos. El mercado francés de Rungis constituye además una plataforma muy interesante para la exportación hacia Alemania de aves de gamas selectas.

- La presencia de pintada en grandes almacenes, especialmente Sainsbury o Marks

Spencer en Inglaterra, o en algunos almacenes en Alemania. La restauración más selecta sigue siendo el corazón del mercado, pero esta presencia lineal, aunque sea limitada, constituye un vector importante para asentar la notoriedad del producto de cara a los consumidores.

- El Reino Unido y la República Federal Alemana son ya, hoy en día, los dos clientes más importantes de Francia en carne de pintada, después de Bélgica.

Dejando aparte el Reino Unido y Alemania, tampoco debe descuidarse un tercer mercado, Suiza, donde los operadores franceses venden tradicionalmente aves selectas. Los grandes almacenes, especialmente Migros, distribuyen pintadas. La restauración hotelera de calidad constituye asimismo un punto de salida interesante para las especialidades francesas.

Conclusión

El consumo de pintada en Francia no tiene ningún punto de comparación con el de los restantes países europeos. Dos veces más importante que en Italia, cinco veces más importante que el consumo belga, sobrepasa en una relación de uno a cien al de los otros países de la CEE.

Está claro pues que el consumo de pintada en Europa, a falta de un conocimiento del mismo, no podrá desarrollarse si no se apoya en una intensa campaña de promoción. Sin embargo, si ésta se realiza, deberá tenerse en cuenta la pobreza de los conocimientos culinarios del ama de casa, que se limitan, en la mayoría de los casos, a la preparación del pollo asado. De ahí que debería incluirse en la campaña un apartado referente a los métodos de cocción de esta ave, cuya carne es muy diferente de la de los pollos. □

