

SILLEDA:

II Muestra Estatal de Cunicultura

Durante el transcurso de la «Semana Verde» de Galicia, celebrada a finales de mayo en la población pontevedresa de Silleda, tuvo lugar la anunciada II Muestra Estatal de Cunicultura, organizada por «Cuniespaña» Agrupación de Productores Agrarios que ha presentado las jornadas fundamentadas en la promoción de la cunicultura y con objeto de aumentar su influencia en el sector cunícola de Galicia. Las jornadas tuvieron una intervención indudable en el contexto de la Feria pero con un carácter «oficioso» cosa que no puede dejar de sorprender, pues el pabellón de la Muestra no figuraba en el programa —pese a sus dimensiones— y el programa técnico se adjuntó a última hora el programa general oficial de la citada Feria Internacional, lo que podía inducir a pensar en cierta provisionalidad, cuando por lo visto la Muestra estaba prevista varios meses antes.

Aun con todo, la muestra se saldó con un resultado positivo, habida la gran afluencia de público a todos los actos de la «Semana Verde», la calidad de las mesas redondas/debate y las atenciones de la citada APA para con sus asociados.

La II Muestra Estatal de Cunicultura dispuso de un pabellón independiente en el que figuraban empresas relacionadas con la cunicultura: equipos de jaulas, pienso compuestos, cultivos hidropónicos, naves prefabricadas túneles de estructura ligera, servicios técnicos, climatización etc., más una muestra de conejos vivos a disposición del público, ofrecidos por algunas granjas de multiplicación y selección. Las empresas participantes en la muestra fueron: Agropecuaria de Guissona, EXTRONA, MAGASA, Cosma Navarra, ELEUSIS, C.T.P., DIVAL, PROGAINSA, CUNIES, CUNILEVANTE, FILCLAIR, Cuniespaña, Comarcal de Reus, COPELE, Prenavisa y GOMEZ Y CRESPO, más las granjas de selección: Cunicultura Freixer, Hermanos Verge, Cungrebel, Cuniobigo, Hispanibrid y Cuniman.

En los actos organizados por Cuniespaña, hubo que destacar dos debates sobre «*Perspectivas de la cunicultura española y el consumo de la carne*



de conejo en España»; las cuales se hicieron en la sala 4 del Pabellón Oficial de la Feria, que resultó insuficiente para el público que asistió a los mismos.

El debate del día 31 de mayo estuvo presentado por los Sres. Pepe Alarcón —Gerente de Cuniespaña—, Toni Roca —Secretario de la Asociación Española de Cunicultura— Francesc Lleonart —por el Boletín de Cunicultura— y Salvador Fortuny —representante de España de las Cooperativas por el Sector—.

El Sr. Toni Roca, enfocó la exposición en base a los hechos que supone el Tratado de Roma y la unificación del comercio de bienes, capitales y servicios. Hay unos temas muy puntuales que pueden ser eje de las discusiones del debate y que podemos sintetizar en los siguientes encabezamientos:

- El 50 % de los españoles **nunca** comen conejo en su dieta habitual.
- El conejo no se suele comprar en las adquisiciones **intersemanales** de comida, es más bien un producto festivo.
- Es un producto que se consume preferentemente en el área **mediterránea**.

Ante estos cuatro puntos de meditación podemos apuntalar otros hechos importantes como son:

- Necesidad de distribuirse con productos avícolas.
- Poca importancia de los hipermercados y la necesidad de servirse despiezado a la vista del comprador.
- Necesidad de entrar a fondo en la hostelería.

Para las áreas de prestigio del producto, o sea de la carne, es preciso informar adecuadamente a los dietistas para que las cualidades del conejo de crianza sean bien conocidas.

A nivel de criadores, sería deseable:

- Fomentar la investigación de genética.
- Profundizar los programas de gestión.
- Contar con una institución estatal de cunicultura.

El Sr. F. Lleonart estableció algunas puntualizaciones acerca de lo que deber a entenderse por calidad de la carne, en un sentido más profundo, dado que se han producido sensibles avances en la relación calidad-crianza-alimentación-genética. Estos hechos pueden abrir nuevas perspectivas a lo que se entiende como «calidad tradicional». Hoy día podemos decir mucha más cosa que lo archiconocido: bajo colesterol, pobre de sodio y potasio, más proteína y pocas grasas, etc., pues podemos señalar los siguientes

tes hechos, confirmados en numerosos estudios:

- La calidad en relación al grado de madurez de las carnes.
- El tipo de engrasamiento de los animales varía según el régimen alimenticio.
- Calidad del sacrificio y constantes del matadero.
- Influencia de la calidad genética en la carne.
- Estudios de la calidad intrínseca de las canales.

Al margen de los hechos relacionados con la tecnología de la alimentación, podemos señalar la posible manipulación, régimen alimenticio, etc.

El Sr. S. Fortuny en aspectos tocantes a la comercialización señaló la situación de debilidad comercial del conejo ante otras carnes, y la falta de un suministro regular en muchas zonas del país, pues las alzas las crea la demanda pero las bajas no crean oferta inmediata y ello es un inconveniente.

Apostó firmemente por un marketing activo y la implantación de marcas comerciales que avalen el producto.

El Sr. J. Alarcón por su parte planteó algunos temas concretos como fueron:

Necesidad de promoción de empresas cunícolas racionales, competitivas y que produzcan bien y a buen precio.

Adecuación de las infraestructuras industriales de mataderos y equipos con las normas de la CEE. Promover la instalación de centros de sacrificio y comercialización.

Promoción del consumo, fundamental para el porvenir, las campañas deben ser plurales y a todos los niveles, debiéndose promocionar el conejo troceado.

Contar con organizaciones representativas de índole sindical, producción e intersectorial, cada una con sus objetivos.

Tras un animado coloquio, se tomaron nota de algunos acuerdos puntuales para tenerlos en cuenta en acciones futuras:

1. Promocionar estudios de mercado serios y amplios, para conocer la realidad del sector cunícola español.

2. Promover la creación de una Escuela Nacional de Cunicultura, que no sólo fuese un centro de formación, sino que ejerciera la función de inves-

tigación, control y homologación de los equipos cunícolas.

3. Estimular la formación de contratos de venta con franquicias, o sistemas que permitan una regularidad en los precios evitando las oscilaciones estacionales.

La mesa de debate de la segunda jornada contó con la contribución de los Sres. Carlos Contera y Javier López Madrigal, además de los citados en esta reseña. Entre los temas debatidos en la citada sesión figuró la promoción de la carne de conejo, debatiéndose los sistemas más idóneos.

También se tocó a fondo el tema del asociacionismo y la necesidad de contar con representaciones fuertes. Un tema más del debate fue la conveniencia de unificar esfuerzos para una campaña eficaz. ASESCU puede ejercer una función de coordinación pero en modo alguno tomar una iniciativa solitaria, pues este no es el objetivo de la asociación intersectorial más antigua que existe en España.

Al final del debate se plantearon algunos temas nuevos que podrían ser añadidos a los planteamientos del día anterior:

- Coordinar las campañas sería bueno, para aunar esfuerzos y evitar la dispersión de mensajes y medios.
- Dirigir las campañas exclusivamente a las grandes capitales, en épocas adecuadas y orientadas a la gente joven.
- Establecer un sistema de previsión semanal de matanza para poder orientar mejor las lonjas al hacer precios.



CUNIESPAÑA hizo entrega de sus distinciones a las empresas y personas que se han distinguido por su ayuda al sector a través de su agrupación.

- Incentivar la presencia de conejo en las cartas de los restaurantes, y
- ¿Porque no hacer el «Gran Libro de la Carne de Conejo»?

Reunión de cunicultores en Galicia

Al margen de los debates y la Feria de equipos, se organizó una reunión de socios, que celebraron una degustación de carne de conejo en el restaurante del Hotel Pazo Rial de Villagarcía de Arousa. Se sirvieron tras una degustación de marisco, diversas variedades de carne de conejo guisada de diversas formas.

Al cerrar el acto, la empresa Cuniespaña hizo entrega de los obsequios que concede anualmente a las personas y entidades que han promocionado o han aportado su colaboración a la misma. En esta ocasión las distinciones correspondieron a Agrobanesto, D. Pablo García Alonso, la Consejería de Agricultura de la Comunidad de Madrid y Eleusis/CPT, cuyos representantes asistieron al almuerzo.



Instantánea de la mesa para debate de la promoción y situación de la cunicultura en España. De izquierda a derecha, los Sres. Fortuny, Roca, Alarcón y Lleónart.