



E n t r e v i s t a

Entrevista a Xavier Arriolabengoa, presidente de FOCCON

A finales de noviembre pasado, como dimos cuenta en estas mismas páginas, se constituyó la Agrupación de Interés Económico para el Fomento del consumo de la Carne de Conejo (FOCCON, A.I.E.) cuyo presidente es Xavier Arriolabengoa, que a su vez lo es de CONACUN.

¿Cual ha sido la actividad de FOCCON en esta primera etapa de su andadura?

Uno de los postulados básicos del funcionamiento de FOCCON, recogido en sus estatutos, es que solamente gastará dinero previamente recaudado, para evitar que la responsabilidad económica de los promotores pueda exceder del nivel de compromiso adquirido. Por ello, en esta primera etapa, nos hemos centrado en seleccionar una agencia de publicidad que diseñase la campaña y los elementos de la propia comunicación de FOCCON.

¿Tiene ya definida la campaña de promoción?

Sí, de una manera muy completa, previendo distintas fases de realización. Y ello se ha hecho de una manera muy profesional, estudiando cuidadosamente las actitudes y el comportamiento del consumidor español en relación con la carne de conejo, para a partir de ahí mover los resortes para los que ya la consumen y lo

hagan en más cantidad y/o con mayor frecuencia y una parte para que los no consumidores actuales la conozcan y comiencen a consumirla.

¿En qué características de la carne de conejo se va a basar la campaña?

En las bondades dietéticas de la carne de conejo, que la hacen idónea para convertirse, por su calidad y precio, en un plato habitual en los hogares españoles. La carne de conejo forma parte de la "Dieta Mediterránea" y este es el eje básico de la campaña.

¿Va a ser campaña interna o externa?

El objetivo de FOCCON no es producir un crecimiento puntual del consumo de carne de conejo, sino una modificación profunda en las actitudes y hábitos del consumidor hasta esta magnífica carne, se consuma de manera superior al actual. No se trata, pues de un objetivo a corto, sino a medio y largo plazo. Esto

no excluye a que dentro de la campaña haya acciones promocionales de carácter estacional.

¿Cuándo va a comenzar la campaña?

Cuando hayamos recaudado los fondos necesarios para emprender las primeras acciones. En este sentido es preciso poner de manifiesto que hasta ahora contamos con la colaboración generosa y estuista de 8 fabricantes de pienso que desde el primer momento han aportado su tiempo y su dinero a esta operación, mientras que otros fabricantes han negado su colaboración o la están demorando, quedándose a la expectativa de la reacción del mercado. En este sentido, desde CONACUN queremos hacer un llamamiento a todos los cunicultores para que inclinen a la hora de comprar el pienso, sus preferencias hace estos fabricante, pues al hacerlo estarán defendiendo sus propios intereses, ya que por cada kg. que estos fabricante venden destinan 10 cts. a la campaña.

Los socios patrocinadores actuales son los que figuran en la lista adjunta:

- Nanta
- Purina
- Biona
- Cunicarn
- Guco
- Unzue
- Mesenor
- Miba

¿Hay más empresas que deberían formar parte de FOCCON?

Desde luego, en FOCCON deberían participar y colaborar todos los elementos del sector, pues todos va a ser beneficiarios del aumento del consumo y de la consiguiente estabilidad de los precios de la carne de conejo en niveles más rentables. Así que también aprovecho estas líneas para hacer un llamamiento a la colaboración a los suministradores de material para las explotaciones, laboratorios de zoosanitarios, mataderos, etc. Sería bueno que todos los cunicultores preguntases a su proveedores ¿eres socio patrocinador de FOCCON? ■