

## Cunicultura



### Intercun pone en marcha la extensión de norma

Junio de este año marca un antes y un después en el sector cunícola. A partir de esa fecha se pone en funcionamiento la extensión de norma para esta actividad

Han sido años de trabajo para alcanzar un sorprendente acuerdo entre industrias y ganaderos para tratar de dar un impulso a este producto, que se enfrenta a una de las peores crisis que se recuerdan.

céntimo para las dos restantes campañas.

En Intercun estiman una recaudación para la primera campaña de unos 624.000 euros, a razón de 1.200.000 conejos sacrificados de media por semana. La recaudación se doblaría para la segunda y tercera campaña.

La extensión de norma fija el destino de esos fondos, que de reparte al 50% entre la promoción de producto y el registro de medicamentos específicos para esta especie.

En el caso de las labores de promoción, los objetivos están claros y es lograr un acercamiento al consumidor, para que sepa apreciar las mag-

ne. Aseguran que hay una notable falta de información sobre esta actividad. Lo mismo se puede decir de los gustos del consumidor y de lo que espera cuando adquiere conejo.

### Registro de medicamentos

Pero la otra gran prioridad de este sector es el registro de medicamentos. Por eso se va a destinar la mitad del dinero recaudado a esta actividad. Se trata de dar solución a un

---

La interprofesional está dispuesta a sufragar las investigaciones para que los laboratorios adapten estas sustancias a las especificaciones del conejo



Básicamente, la extensión de norma fija la recaudación obligatoria de una cantidad para engrosar un fondo gestionado por la interprofesional. Tiene una duración de tres años. Los mataderos serán los encargados de realizar la recaudación a partir de cada animal vivo que llega al matadero. Durante el primer ejercicio será de medio céntimo de euro por kilo. Esa cantidad se dobla hasta el

níficas características de esta carne. De hecho, una de las líneas de trabajo es acercar esos beneficios a médicos y dietistas. También se plantea la posibilidad de publicitar el conejo en algún programa de cocina en televisión.

Estas iniciativas se van a regionalizar, para adaptarlas a las distintas costumbres de los consumidores. Cataluña y Valencia tendrán un tratamiento diferenciado. Igual ocurrirá con la zona centro del país. Finalmente se harán campañas genéricas para el resto del país.

Además, la dirección de Intercun quiere emplear parte del ese dinero para la elaboración de estudios sobre el sector y el mercado de la car-

problema que los ganaderos llevan arrastrando desde hace años. Este tipo de ganadería es tan pequeña que a ningún laboratorio farmacéutico le interesa investigar y desarrollar productos en este campo. Así los ganaderos se encuentran que no hay moléculas adaptadas a sus animales.

Por ahora los veterinarios emplean otros productos bien conocidos y seguros para los animales. El problema es que los animales tratados han de aguardar un periodo de seguridad de casi un mes desde su administración. En una actividad con ciclos muy cortos de producción, cualquier retraso en la salida de la explotación puede suponer un fuerte quebranto económico.

La interprofesional está dispuesta a sufragar las investigaciones para que los laboratorios adapten estas sustancias a las especificaciones del conejo. Se podría conocer cual debe ser el periodo de seguridad preciso para metabolizar cada medicamento. Podrían acortarse así los periodos de seguridad que ahora se aplican. En este sentido Intercun está tratando de implicar en este proceso al Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marítimo. •

---

Se estima una recaudación para la primera campaña de unos 624.000 euros, a razón de 1.200.000 conejos sacrificados de media por semana