

Anàlisi de SECOT sobre el sector carn de conill a Catalunya.

Resum de propostes i conclusions.

L'estudi es va presentar el 6 d'abril a la 7a Mostra gastronòmica del conill i Fira de l'artesania de Vilafant.

Jordi Marco, membre de Seniors Españoles para la Cooperación Tècnica (SECOT¹) i participant en la confecció de l'estudi, va fer l'exposició de les principals conclusions a les que ha arribat l'anàlisi.

L'acte el va inaugurar i clausurar la subdirectora general de Qualitat i Agroalimentària del DARP, **Ester Peña** i estava organitzat per la Federació d'Associacions de Cunicultors de Catalunya (FCAC²).

Antecedents:

- L'estudi s'ha realitzat a instàncies de la FCAC i ha estat un dels primers realitzats en el marc del conveni subscrit entre SECOT i DARP.
- L'estudi es centra en l'etapa de comercialització de la cadena (o *filière*) carn de conill, és a dir, analitza el segment que va des del lliurament del conill viu a l'escorxador fins la venda al consumidor final.
- La metodologia s'ha basat en realitzar entrevistes personals als diferents establiments de comercialització i revisar estudis del sector dels anys 80 i 90.
- L'objectiu de l'estudi ha estat determinar els punts problemàtics de la cadena així com proposar solucions.

¹ Seniors Españoles para la Cooperación Tècnica (SECOT-Voluntariat d'Assessorament Empresarial-), és una organització declarada d'utilitat pública i sense ànim de lucre, integrada per antics empresaris i executius que amb règim de voluntariat i gratuïtament ofereixen els seus coneixements i experiència (secotbcn@cambrescat.es)

² Federació d'Associacions de Cunicultors de Catalunya, (facc@agronet.org).

L'escenari:

- Catalunya consumeix per habitant i any prop del doble de carn de conill que la resta de l'Estat.
- A Catalunya es concentra el 50% de la producció estatal així com la meitat de les explotacions cunícoles, les quals, en els darrers 10 anys, han augmentat en nombre en més del 50%.
- En molts casos la producció del conill no acostuma a ser l'activitat principal de l'explotació fet que minva la seva capacitat d'inversió. Cal tenir en compte que l'explotació de conills exigeix una alta dedicació de mà d'obra, el que pot comportar, en explotacions de certa dimensió, la utilització de mà d'obra externa.
- Com en d'altres productes agroalimentaris el preu rebut pel productor no queda reflectit en el preu de venda al consum, el que provoca desajustos entre l'oferta i la demanda.
- El segment comercialització de vegades es troba dominat per determinats grups (escorxadors i majoristes), el que facilita la imposició de preus i criteris.
- Tot plegat fa que ens trobem davant d'un mercat poc transparent, en el que els productors disposen d'informació precària pel que fa a previsions de mercat, fent difícil la presa de decisions a curt i mig termini.

El mercat i el consum:

L'estudi compara la carn de conill amb una carn molt propera (substitutiva en ús, no en preu), el pollastre, i conclou que:

- El punt d'exposició al públic (grans superfícies i petites carnisseries) coincideix, però la presentació (il·luminació) està adaptada a les característiques del pollastre.
- El preu per kg de carn és favorable al pollastre, a més, a aquest se li adjudiquen millors aptituds culinàries.
- El consumidor tipus, gent més gran, el potencial, gent jove, i el venedor ignoren les qualitats dietètiques de la carn de conill.
- En general per a la carn de conill no s'apliquen categories comercials diferenciadores tal com es fa per a les altres carns i el pollastre (extra, tradicional, pagès).

- No es promocionen les seves qualitats nutritives i dietètiques en les grans col·lectivitats que tenen un nivell alt d'exigència en els aliments (clíniques privades, ...) i, per tant, que poden ser potencials consumidors.

Extracte de les propostes i conclusions:

- 1.** Cal establir acords entre productors i escorxadors ubicats a la mateixa àrea geogràfica. Els beneficis obtinguts són múltiples:
 - garantia dels preus percebuts pel productor a canvi del seu compromís en el subministrament,
 - millora de la capacitat, per part dels escorxadors, per a negociar amb distribuïdors i majoristes,
 - possibilitat de comercialitzar un producte amb marca pròpia lligat a la zona o àrea geogràfica d'origen,
 - possibilitat de coordinació entre els implicats, el que pot ser un incentiu per a utilitzar programes informàtics de gestió de les explotacions de conills.
- 2.** Cal etiquetar el producte a fi de diferenciar-lo bé i destacar-ne les seves qualitats (lloc d'origen, sistema de producció, sistema de sacrifici, qualitats dietètiques, ...).
- 3.** Convé gestionar la compra d'inputs i serveis de les explotacions per concentrar les comandes i beneficiar-se en la negociació de preus.
- 4.** És important presentar el producte en els punts de venda seguint els cànons actuals (trossejat, envasat, identificat i etiquetat, precuinat), partint de canals amb més pes.
- 5.** Cal fer campanyes de promoció demanant la col·laboració de l'Administració.

Consideracions finals:

Donat el previsible augment de l'oferta (pel creixement desmesurat del nombre d'explotacions en els darrers 10 anys i per la incorporació a la U.E. de nous països) no és descartable, en un futur proper, la desaparició de les explotacions menys competitives. Tot i així, les actuacions proposades poden millorar notablement la situació del productor.



Les propostes suggerides per l'estudi van encaminades a generar entitats més sòlides que, juntament a uns estils de treball rigorosos, donin seguretat i viabilitat al sector de carn de conill de Catalunya.