

FOCCON: ALTERNATIVA PARA UNA CUNICULTURA MEJOR

Xabier Arriolabengoa

- **Constitución**
- **Objetivos**
- **Actividades realizadas durante 1997**
- **Plan de Gestión para 1998**

INTRODUCCIÓN

Históricamente, una de las inquietudes fundamentales de CONACUN ha sido la promoción de la carne de conejo.

Conscientes de esta necesidad, en los años 89-90 se lanza la primera campaña con la denominación CONEJO DE CRIANZA. Esta iniciativa no alcanza los objetivos propuestos por falta de coordinación entre las diferentes autonomías y la dificultad de que todo el sector productor participe con aportaciones económicas en la campaña.

De esta experiencia, CONACUN al menos obtiene dos conclusiones:

1. *Necesidad de plantear un sistema de aportación económica indirecta y capaz de abarcar a la totalidad de productores, estén o no integrados en agrupaciones del sector.*
2. *No iniciar ninguna actuación de promoción hasta tener los fondos necesarios para su financiación.*

Como alternativa a la primera conclusión, se impulsa la creación de la Interprofesional de Cunicultura y con este fin se presiona a la Administración Central para que se regule el mismo con la mayor celeridad posible.

En diciembre de 1994 finalmente se publica la Ley pero al faltar la Orde que lo regula, sigue imposibilitando cualquier actuación a este nivel.

Paralelamente a este proceso y aprovechando el certamen Expoaviga 95, se inician una serie de conversaciones con responsables de empresas de pienso para estudiar las posibilidades reales de canalizar las aportaciones de los productores a través de éstos.

Las empresas consultadas muestran interés en colaborar con el proyecto y a lo largo del ejercicio 1996 se celebran diferentes reuniones para definir las bases de trabajo.

Los compromisos iniciales por ambas partes, se fijan en:

- Los cunicultores aceptan destinar a promoción una aportación de 0'10 pts/kgs. de pienso consumido.
- Las empresas de piensos se comprometen a recaudar y canalizar dicha aportación.

Finalmente, en el mes de noviembre de 1996, se constituye FOCCON AIE con la siguiente participación:

Sector productor	CONACUN
Sector fabricante de pienso	PURINA, BIONA, CUNICARN GUCO, UNZUE y MESEÑOR

Con posterioridad y a lo largo de 1997, se han incorporado:

NANTA, MIBA y CIA

En la actualidad, las empresas integradas abarcan más del 50% del pienso comercializado en el sector cunícola.

OBJETIVOS

El objetivo fundamental que se pretende lograr con FOCCON AIE, es la promoción de la carne de conejo a nivel estatal.

ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN DE FOCCON, AIE

La agrupación de Interés Económico está regido por los siguientes Órganos de Administración:

• Junta General.-

Compuesta por la totalidad de socios.

CONACUN
NANTA, S.A.
PURINA ESPAÑA, S.A.
SAPROGAL, S.A.
CUNICARN, S.L.
PIENSOS UNZUE, S.A.
GUCO S.A.T.
MESEÑOR COOP.
MIBA COOP.
EBRO AGRICOLAS

• Consejo de Administración.-

Según lo acordado en la reunión del 11 de diciembre de 1996, el Consejo de Administración quedó constituido de la siguiente manera:

PRESIDENTE:	D. Xabier Arriolabengoa - CONACUN
VICEPRESIDENTE:	D. Antonio Albert - SAPROGAL
SECRETARIO:	D. José M ^a Sucunza - PURINA ESPAÑA S.A.
TESORERO:	D. Ramón Calvet - CUNICARN, S.L.
VOCAL:	D. José Joaquin Unzue - PIENSOS UNZUE
VOCAL:	D. Joaquin Gil - GUCO S.A.T.
VOCAL:	D. José Pablo Fernández - MESEÑOR COOP.

• Comité Técnico.-

D. Xabier Arriolabengoa - CONACUN
D. Antonio Albert - SAPROGAL, S.A.
D. Marco Marani - PURINA ESPAÑA, S.A.
D. Enric Alsina - CUNICARN

ACTIVIDADES REALIZADAS EN 1997

De forma esquemática, las actividades desarrolladas en 1997 se podrían resumir en:

• Incorporación de empresas a Foccon. Consolidación

El objetivo para 1997 se fijó en integrar al 50% de las ventas en la Agrupación.

Con las incorporaciones habidas en el ejercicio, se ha superado este objetivo.

• Dar a conocer a Foccon

A través de la «*promoción institucional*» realizada en 1997, se ha distribuido información a la totalidad de productores a nivel estatal.

La información a las granja se ha canalizado por dos vías:

- CONACUN.- Ha enviado a la totalidad de productores.

- EMPRESAS DE PIENSOS INTEGRADOS EN FOCCON.- Las empresas integradas en la Agrupación han remitido a sus clientes.

- En cuanto a la promoción general, se han publicado diferentes artículos en revistas especializadas (CUNICULTURA y LAGOMORPHA).

• Aportación de fondos

Las empresas comprometidas en el proyecto, están realizando las aportaciones previstas.

• Plan de promoción

A lo largo del año 1997, se han solicitado diferentes ofertas a empresas publicitarias para preseleccionar un programa de promoción.

Analizando el contenido de las mismas, se ha elegido una de ellas.

PLAN DE GESTIÓN PARA 1998

En la Junta General de Socios de esta Agrupación celebrado recientemente para 1998 se fijaron las siguientes actuaciones:

• Realización de acciones de promoción

Con los fondos generales, realizar la primera acción de promoción.

• Incorporación de otras empresas de piensos

A lo largo del año 1998, se realizarán diferentes acciones para lograr la incorporación de más empresas de piensos a FOCCON.

• Participación de otros subsectores relacionados con la cunicultura

- Mataderos
- Fabricantes de material
- Laboratorios

• Participación del sector público en los proyectos publicitarios.