

LA INTERPROFESIONAL FRANCESA

COMITÉ INTERPROFESIONAL DEL CONEJO PARA LA PROMOCIÓN DE LOS PRODUCTOS (CLIPP)

François Turdela, ingeniero de investigación INRA
BP 27- 31326 CASTANET TOLOSAN Cédex

El autor agradece a Blandine de Kermoysan, animadora del CLIPP; a J.P. Cavelier, presidente de CLIPP, y a J.M. Bergamelli, presidente de la FENALAP, la ayuda en la realización de este documento de síntesis.

1989-1998: un paso decidido

El CLIPP fue creado el 1989, bajo forma de asociación por miembros del sector preocupados por la calidad de su producto. Deseaban integrarse en una acción común de promoción del conejo de Francia.

Este paso decidido ha permitido:

- En comunicación, la creación de la marca Conejo de Francia, la preparación acciones dirigidas al gran público a través de campañas televisivas y la creación de un servicio de consulta de datos (minitel). También se han llevado a cabo acciones con la prensa, con los dietistas (informaciones nutricionales y recetas de cocina), con los chefs de la restauración colectiva y comercial (acuerdo con las cadenas de restauración para incluir el conejo en las cartas de los restaurantes. Asimismo se ha creado una red de distribución de productos publicitarios (juegos concurso con la obligación de compra, pósters, objetos promocionales, animaciones en los comercios, pegatinas en los paquetes).
- Reunir los comités de reflexión con objetivos de carácter interprofesional: puesta en marcha de una norma NF del conejo, estudio sobre el posicionamiento de la carne de conejo, sobre sus cualidades organolépticas, financiación de la investigación...

1999: el reconocimiento de CLIPP como interprofesional

Conscientes de la necesidad creciente de promover el producto, las organizaciones profesionales del sector deseaban reforzar su actuación y dotarse de medios financieros más amplios. Dentro de esta visión, el 25 de noviembre de 1998, el CLIPP procedía, en el curso de una asamblea general extraordinaria, a la modificación de sus estatutos para responder a las exigencias legislativas de las interprofesionales.

El CLIPP fue reconocido como interprofesional por los poderes públicos por el decreto de 28 de septiembre de 1999.

El CLIPP hoy: misiones y funcionamiento

Para responder al interés general del sector, las misiones giran entorno a 4 ejes:

- Informar i educar al consumidor
- Realizar acciones de promoción de los productos
- Contribuir a la mejora constante de la producción del sector y del producto
- Seguir y mejorar la organización del mercado.

La interprofesional se compone de 4 colegios:

Estamento	Adheridos	Nº de administradores
Productores	CFA (Confédération Française de l'Aviculture) FENALAP (Fédération Nationale des groupements de producteurs de lapins)	8
Alimentos del ganado	SNIA (Syndicat National des Industriels de la Nutrition Animale) SYNCOPAC (Syndicat National des Coopératives de Production et d'Alimentation Animales)	6
Seleccionadores Fabricantes de material	SYSELAF (Syndicat des Sélectionneurs de Lapins Français) ANEFEC (Assotiation Nationale des Fournisseurs d'Equipements Cunicoles)	2
Mataderos Transformadores	FIA (Fédération des Industries Avicoles)	8

La oficina actual del CLIPP se compone de:

- ❖ Président Jean Pierre CAVELIER (CFA)
- ❖ Vicepresidentes Patrice LAFARGUE-HAURET (SNIA)
Eric VIAUD (FIA)

- ❖ Secretario Claude DESSEVRES (FENELAP)
- ❖ Secretario adjunto Louis-Marie BAUMIER (SYSELAF)
- ❖ Tesorero Bruno SIMON (SYNCOPAC)
- ❖ Tesorero adjunto Jean-Pierre LOEUL (FIA)

Les actions de communication du CLIPP

Bajo el lema "El conejo es excelente, pensar en él más a menudo", el CLIPP desarrolla este año una campaña de comunicación articulada entorno a los diferentes actores del mercado: juegos concurso, libros de recetas, dinamización de la gran distribución, restauración, vendedores, prensa, etc.

El conjunto puede ser consultado en el sitio de internet
<http://www.lapin>