



MEMORIA DE ACTIVIDADES 2010

INTERCUN

SUMARIO:

Extensión de Norma.

Promoción del consumo

Promoción de la Investigación

Bienestar de la especie cunícola.

Proyectos legislativos

Evisceración total en Lagomorfos

Información de la Cadena Alimentaria.

Otras actividades

EXTENSIÓN DE NORMA



El 14 de junio de 2008 se publicó, en el Boletín oficial del Estado, la Orden ARM/1677/2008, de 22 de mayo, por la que se extiende el acuerdo de la organización interprofesional para impulsar el sector cunícola, al conjunto del sector, y se fija la aportación económica obligatoria para la promoción del consumo

de la carne de conejo y la investigación, el desarrollo y la innovación tecnológica, sobre el proceso de registro de medicamentos para uso específico de la especie cunícola durante el periodo 2008/2011. Durante el año 2010 se han desarrollado las siguientes actividades:

1. CUESTIONES ORGANIZATIVAS:

Comisión de Seguimiento de la Extensión de Norma

La comisión de seguimiento de la extensión de norma se ha reunido a lo largo del año con el objetivo de supervisar las recaudaciones que se han ido efectuando a lo largo de este año. Durante 2010 han aportado más del 90% de los productores de España, re-



caudándose el importe correspondiente a un sacrificio semanal aproximado de 840.000 gazapos a la semana.

Recaudación

La entidad que gestiona la recaudación correspondiente a la Extensión de Norma estima que la recaudación correspondiente a 2010 será algo superior a los 850.000€.

2. PROMOCIÓN DEL REGISTRO DE MEDICAMENTOS PARA LA ESPECIE CUNÍCOLA

2.1. "IMPACTO DE LA MIXOMATOSIS EN LA CUNICULTURA ESPAÑOLA. ANÁLISIS DE LAS CAUSAS Y PROPUESTA DE ACTUACIONES"

Durante 2010, el equipo del profesor Parra ha conseguido realizar la identificación y caracterización comparativa de virus mixoma, es decir, es posible hacer el diagnóstico diferencial de las distintas vacunas y las cepas de campo.

Se actúa como laboratorio de referencia, ya que el laboratorio de la Universidad de Oviedo analiza bastantes muestras (tejido y sueros) enviadas por los técnicos y cunicultores para el diagnóstico de la mixomatosis.

2.2. PROYECTO REGISTRO DE MEDICAMENTOS

En 2010 se continuó con los trabajos de promoción del registro de medicamentos para la especie cunícola.

Gracias a los esfuerzos de dos laboratorios, y con el apoyo económico del sector cunícola, por medio

puesto de 0 días.

Continuó el proceso de registro de la ENTEROSTREP SP, 624.9 mg/g, polvo oral, conejos, de SP Veterinaria, con un periodo de supresión propuesto de 8 días. Es previsible que en 2011 esté autorizado.

Además se continuaron los trabajos para poner en marcha los estudios necesarios con el objetivo de registrar la OXITETRACICLINA para conejo en colaboración con MAYMO, CALIER e ITEVE.

Elanco consiguió la autorización de comercialización del PULMOTIL con 4 días de periodo de supresión.

de la recaudación de la Extensión de Norma:

Se autorizó la NEOMICINA 10% MAYMO, de Laboratorios Maymo con un periodo de supresión pro-



3. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN DEL CONSUMO DE LA CARNE DE CONEJO

3.1. PROMOCIÓN HACIA LOS PROFESIONALES DE LA SALUD

Durante la campaña de promoción del consumo de la carne de conejo que INTERCUN ha desarrollado durante 2010 uno de los pilares fundamentales ha sido la difusión de las características nutricionales de este alimento entre los prescriptores de dietas.

Esta parte de la campaña ha contado con tres grandes bloques de actuación, las publicaciones científicas, la visita médica y la organización y participación en eventos.

3.1.1.- Publicaciones científicas

INTERCUN ha editado en 2010 cinco publicaciones, dos hojas informativas y tres números de la Revista Científica de Nutrición: “Carne de conejo: Equilibrio y Salud”, que han tratado sobre:

- Asesoramiento Dietético para el Bienestar Digestivo. Papel de la Carne de Conejo (publicado en el INTERCUN informa nº 48).
- Carne de Conejo, Rendimiento Deportivo y Salud (publicado en el INTERCUN informa nº 49).
- Nuevas evidencias científicas sobre Alimentación Mediterránea (publicado en el INTERCUN informa nº 51)

Por su parte las hojas informativa se editaron como modo de presentar al colectivo prescriptor un resumen del “Estudio de los efectos de la incorporación de la carne de conejo en la alimentación de distintos grupos poblacionales”, cofinanciado por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino. En este trabajo se investigó sobre los efectos de la carne de conejo en la dieta de mujeres de más de 40 años sobre el índice de masa corporal, el perfil lipídico y los hábitos alimentarios, así como sobre los efectos de la carne de conejo en la dieta de deportistas sobre el perfil inflamatorio, el metabolismo proteico, y el rendimiento aeróbico.

Por último a comienzos de 2010 fue necesaria una reimpresión de la Guía de Profesionales de la Salud, con el fin de disponer de material técnico para presentar a los médicos durante las visitas.

3.1.2- Visita médica

Durante 2009 se visitaron más de 1.000 médicos, nutricionistas-dietistas y enfermeros, en Galicia, Comunidad Valenciana, Cataluña y Madrid, en **2010** se ha continuado el trabajo visitando a otros tantos profesionales en **Zaragoza, Valladolid, Navarra y País Vasco**. Durante la



visita un especialista en nutrición presentó a los prescriptores las características nutricionales de la carne de conejo, ofreciéndoles modelos de dieta base, en la que está incluida la carne de conejo, con el fin de facilitar la prescripción de nuestro alimento.



3.1.3- Participación en eventos científicos

Otra acción de importancia ha sido la participación en diversos foros profesionales para presentar directamente la cualidades de la carne de conejo, así en 2010 se han organizado dos eventos, para presentar el estudio sobre los “*Efectos de la carne de conejo en el perfil lipídico y los hábitos alimentarios*” que se celebró en el colegio de Médicos de Madrid y el estudio sobre los “*Efectos de la carne de conejo en la dieta de deportistas sobre el perfil inflamatorio, el metabolismo proteico, y el rendimiento aeróbico*” que se celebró en el Consejo Superior de Deportes y contó con la presencia de Gervasio Defler, y al que asistieron profesionales de la salud, Asociaciones de Consumidores, responsables de cadenas de Gimnasios y diversos medios de comunicación.

Además, INTERCUN también ha participado en:

- II CONGRESO DE LA FESNAD. Federación Española de Sociedades de Nutrición, Alimentación y Dietética., entregando de la Guía de Profesionales de la Salud a los más de 900 asistentes.
- XIV Jornadas Nacionales de Nutrición Práctica, que contó con la asistencia de más de 700 profesionales de la salud.
- En el curso de verano de la Universidad de Alcalá de Henares “*Hábitos de Vida Cardiosaludables*”. en donde el Dr. Dr. Antonio Villarino impartió la conferencia “*Carne de conejo y salud*”
- XIII Congreso Nacional de la federación española de medicina del deporte (FEMEDE) I Congreso Internacional de la Sociedad Vasca de medicina del deporte, que contaron con la participación de 350 médicos de la educación física y el deporte.

En todos estas acciones el mensaje de INTERCUN llegó ha cerca de **12.000 profesionales**, todos ellos prescriptores, con un potencial de difusión del mensaje de recomendar el consumo de la carne de conejo de más de nueve a uno.

3.2. PROMOCIÓN HACIA LOS CONSUMIDORES



El fin último de la cría de conejos es proporcionar un alimento sano, seguro y saludable a los consumidores con el objetivo de que éstos lo compren para disfrutar de una buena comida. Por esto una parte importante de la campaña pretende ofrecer argumentos a los consumidores que les ayuden a decidirse por la carne de conejo a la hora de hacer la compra de los alimentos.

- Con el fin de tener una base argumental que permita presentar unos mensajes más adaptados a los diferentes consumidores se desarrollaron los siguientes documentos:

- “¿Sabías que la carne de conejo...?” Documento base redactado con frases cortas, claras y sencillas, con la información esencial que queremos transmitir a los consumidores.

- “Trucos y consejos” Texto de características similares al anterior, pero en el que se presentan curiosidades sobre cómo utilizar y aprovechar la carne de conejo.

- “Alimentación equilibrada con carne de conejo” En este documento se ofrecen menús semanales adaptados a diversas necesidades, para deportistas, para adultos, para el control del peso, del colesterol o de la hipertensión. Estos menús proponen las cinco comidas diarias para los siete días de la semana y, en todos ellos, se incluye el conejo al menos dos veces por semana.

3.2.1 - Ferias

INTERCUN ha participado en dos ferias ofreciendo información a los consumidores directamente, en estos eventos también se aprovechó para recibir opiniones sobre la carne de conejo por parte de los consumidores. Así la Interprofesión estuvo presente en:

- II Salón de la dieta mediterránea, celebrado en Madrid, entre los días 14 y 17 de octubre. Durante la feria se distribuyeron tres mil folletos informativos y se llevaron a cabo dos talleres formativos con escolares. El objetivo de éstos fue el de contar a los niños qué es la dieta mediterránea destacando el lugar que ocupa la carne de conejo en la misma.

- San Sebastián Gastronomika, celebrado en San Sebastián entre los días 21 y 24 de noviembre. Durante este encuentro gastronómico, que contó con la participación de los más afamados y mediáticos cocineros del momento, la carne de conejo estuvo presente en todas las comidas celebradas durante el congreso y fue una pieza fundamental en el I Concurso Nacional de Parilla, que contó con la participación de los mejores parrilleros de España.



3.2.2- Internet

Las redes sociales son una realidad a la que INTERCUN no ha querido dar la espalda, el consumidor más joven las utiliza como medio de comunicación principal, por lo que se hace muy necesario hacer un esfuerzo para estar presente en ellas de una u otra manera.

El modo más habitual, hasta la fecha, es por medio de la página web, en www.intercun.org se pueden encontrar todos los materiales y actividades que la interprofesión va generando. Ahora bien, la web ya no es la vía principal de relación a través de Internet, las redes sociales están sufriendo un aumento exponencial de uso entre la sociedad, pero especialmente en el segmento de consumidores menores de cuarenta años. Por esto INTERCUN abrió sendos perfiles en Facebook y Twitter, a través de los que se van aportando informaciones a la sociedad sobre la carne de conejo. Para aumentar la difusión de estos dos espacios de comunicación es bueno hacerse amigo “Come Ok, Carne de Conejo”, el perfil de INTERCUN, ya que esto aumenta el número de visitas al perfil.

3.2.3- Publicidad Móvil

Durante el mes de noviembre INTERCUN expuso carteles publicitarios promocionando el consumo de la carne de conejo en autobuses urbanos de Madrid, Barcelona, Zaragoza, Pamplona, San Sebastián y Valladolid. En todos los casos las líneas escogidas eran de recorridos en los que había paradas en centros escolares o universitarios, con el fin de fomentar el consumo de carne de conejo entre la población más joven.

3.2.4- Sorteo Come Ok, Carne de Conejo



Otra de las acciones directas sobre el consumidor con el objetivo de incentivar el consumo fue el “Sorteo: Come Ok, Carne de Conejo”, con el periodo de participación comprendido entre el 1 de Noviembre y 31 de Diciembre 2010. Por medio de anuncios en las siguientes revistas:



Revista Saber Vivir edición de Noviembre y Diciembre.
Diario Vasco, suplemento edición especial San Sebastián Gastronomika 16 de Noviembre
Crónica Universidad El Periódico de Aragón, 29 de Octubre 2010
Crónicas Actur El Periódico de Aragón, 9 de Noviembre 2010
Suplemento Con Mucho Gusto del Heraldo de Aragón, 13 de Noviembre 2010
20 Minutos, 19 de Noviembre 2010.

En la página web de INTERCUN y en sus perfiles de Facebook y Twitter se accede al cupón de participación. Rellenando un sencillo cuestionario y enviando los justificantes de compra de dos conejos se participa en el sorteo de un fin de semana en un hotel de la cadena AC y un lote de productos de cocina Tefal.

En todos estas acciones el mensaje de INTERCUN tuvieron más de **10.500.000 de impactos publicitarios**, es decir, contactos con los consumidores de mayor o menos calidad.



3.2.5.- Promoción en los grandes medios de comunicación

3.2.5.1 Relaciones con la prensa.

La manera más fácil de llegar a un gran número de consumidores es utilizando los grandes medios de comunicación, prensa, radio y televisión.

Con el objetivo de tener más notoriedad en la prensa, tanto escrita como electrónica, INTERCUN distribuyó una quincena notas de prensa, las más destacadas son las siguientes:

- El 97% de los profesionales de la salud consideran que la carne de conejo es un alimento idóneo para seguir una dieta sana, variada y equilibrada. Enero
- Carne de conejo, alimento perfecto para disfrutar de unas sabrosas tapas. Febrero
- Come carne de conejo y “presume de cuerpo en verano”. Mayo
- La carne de conejo mejora el perfil lipídico y los parámetros sanguíneos de las mujeres de más de 40 años, favoreciendo además la pérdida de peso. Junio
- Las mil y una formas de preparar carne de conejo. Agosto
- Carne de Conejo, Un Alimento muy Mediterráneo. Octubre





- Sorteo INTERCUN. Noviembre
- Presentación Estudio Deporte. Noviembre
- Llévate la carne de conejo al trabajo. Noviembre

Además el gabinete de prensa colaboró con medios como Antena 3, Televisión Española, TeleCinco y diversos medios escritos en los que la carne de conejo tuvo una presencia destacada en algún de sus programas. Todas estas acciones fueron vistas por 59.652.627 millones de personas, se estima que cada persona vio la información tres veces, es decir, casi 20 millones de personas.

3.2.5.2.- Campañas en los grandes medios de comunicación.

Según los especialistas en publicidad, las campañas de promoción son más efectivas si el consumidor recibe estímulos por diferentes medios. De este modo INTERCUN ha dividido en dos oleadas la presencia en los grandes medios de comunicación.

La primera oleada consistió en la emisión de 217 cuñas distribuidas entre la cadena Ser y Cataluña Radio y Punto Radio, apoyadas por la inserción de anuncios en las revistas De Calidad, Dieta Sana, Origen, Periódico Bien, Telva y Mía.

La segunda parte de la campaña comenzó en octubre con la emisión, en TeleCinco, de tres publirreportajes protagonizados por Belén Esteban y dos por Joaquín Prats, que contaron con una audiencia de más de tres millones y medio de amas de casa, de las cuales un millón tienen entre 40 y 55 años, el público objetivo de la campaña.

Estas apariciones en TeleCinco fueron reforzadas por la publicidad móvil en Autobuses Urbanos y la inserción de anuncios en: Diario Médico, Correo Médico, Clínicas Quirón, Saber Vivir, ABC Suplemento Salud; Suplemento Diario Vasco, Periódico Cataluña, El suplemento Salud.es de los diarios del grupo Vocento: El Correo, El Diario Vasco, La Verdad, La Rioja La Voz de Cádiz, El Norte de Castilla, El Diario Montañés, Hoy Diario de Extremadura, Sur, Las Provincias, El Comercio e Ideal.

Completando el refuerzo de la campaña entre el 22 de noviembre y el 12 de diciembre se reemitió la cuña de radio en la Cadena Ser, Punto Radio, Cataluña Radio, Onda Cero, Cuarenta Principales y Cadena Dial.

La **audiencia estimada** de las campañas en los grandes medios de comunicación se calcula que fue de **158.365.058**.



BIENESTAR DE LA ESPECIE CUNÍCOLA

Durante 2010 se analizó el borrador 18º de bienestar animal del Consejo de Europa de 2009, y se emitió una opinión sobre el texto que fue presentada en el COPA-COGECA. Este documento se presentó en el grupo de trabajo "Ad Hoc" «Huevos y aves» del COPA-COGECA.

El Consejo de Europa se quedó sin fondos y, entre otras líneas de trabajo, se cerró la concerniente al Bienestar Animal.

PROYECTOS LEGISLATIVOS

Se ha participado en la preparación de los siguientes proyectos legislativos:

- DIRECTIVA 90/167 SOBRE PIENSOS MEDICAMENTOSOS
- Proyecto de Real Decreto subproductos animales.
- Proyecto de orden de Seguro para Cunicultura.
- Anteproyecto de Ley de Calidad Agroalimentaria
- Proyecto de Real Decreto /2010, de..., por el que se modifica el Real Decreto 348/2000, de 10 de marzo, por el que se incorpora al ordenamiento jurídico la Directiva 98/58/CE, relativa a la protección de los animales en las explotaciones ganaderas.
- Proyecto de Real Decreto por el que se establecen medidas singulares de aplicación de las disposiciones comunitarias en materia de higiene de la producción y comercialización de los productos alimenticios.

- Proyecto de Real Decreto /2010, de ... por el que se regula la autorización y registro de transportistas, medios de transporte y contenedores de animales vivos de países no miembros de la unión europea.
- Proyecto de Real Decreto /2010, por el que se modifica el Real Decreto 109/1986, de 27 de enero, sobre medicamentos veterinarios.
- Proyecto de Real Decreto por el que se modifica el Real Decreto 361/2009, de 20 de marzo, por el que se regula la información sobre la cadena alimentaria que debe acompañar a los animales destinados a sacrificio.
- Proyecto de Real Decreto / / 2010 por el que se establecen medidas para garantizar la trazabilidad de los subproductos de origen animal no destinados al consumo humano.

EVISCERACIÓN TOTAL EN LAGOMORFOS

Seguimiento del Proyecto de Real Decreto por el que se establecen medidas singulares de aplicación de las disposiciones comunitarias en materia de higiene de la producción y comercialización de los productos alimenticios.

OTRAS ACTIVIDADES

- Reuniones con la Subdirección General de Productos Ganaderos, del MARM, para tratar sobre diversas cuestiones sectoriales.
- Reuniones con la Subdirección General de Acuerdos Sanitarios y Control en Frontera, del MARM, con el objetivo de abrir las puertas al comercio de la carne de conejo a terceros países.
- Contrato de colaboración con la Subdirección General de Estadística, del MARM, para aportar información sobre precios en origen de la carne de conejo.
- Reuniones con la Subdirección General de Estructura de la Cadena Alimentaria para tratar sobre diversas cuestiones sectoriales.
- Participación en el Grupo de Trabajo de Cárnicos de la S.G. de Comercio Exterior, del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio.
- Promoción de una línea de seguro para la producción cunícola con la Entidad Nacional de Seguros Agrarios, ENESA.
- Participación en el Grupo de Trabajo de Organismos Modificados Genéticamente del Consejo Asesor de Medio Ambiente, del MARM.
- Participación en la Plataforma Tecnológica VET+i.
- Participación en la Plataforma Tecnológica de Agricultura Sostenible.



- Participación con otras OIA y Asociaciones de Productores en la presentación de propuestas a la Ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino para la presidencia española de la Unión Europea.
- Encuentros Bilaterales con las principales Asociaciones en empresas de la distribución ACES, ANGED y ASESADAS.
- Encuentros Bilaterales con INTERAL y CESFAC.
- Reuniones con la secretaria de la Comisión Nacional de Subproductos de Origen Animal no Destinados a Consumo Humano, SANDACH.
- Reuniones para valoración de las mejores granjas cunícolas adscritas al bdcuni
- Reuniones con el Dpto. de Biotecnología, Salud y Agroalimentación, del CDTI
- Participación en la Mesa de Biogás del MARM.



FOCCON

fomento del consumo de la carne de conejo



**Carne de
Conejo:
Sana y
Natural**

**FOCCON AIE: Telf.: 943 083 877
admin@intercun.org**

Empresas Fabricantes de Piensos

SAPROGAL

Empresas Fabricantes de Juntas y Materias de Curado

Laboratorios

ASA

CONEJANA

PISTA

MENTES

CORPEL

JOBBY CHAP

ALFARMIA

LASUMARJUS OVERSEA



AV RANTA

MAFAC

Normativa Pienso

Publicaciones



902 500 597

Extensión de Norma de

INTERCUN

En caso de que le surja alguna duda sobre la Extensión de Norma, para solucionarla, deberá ponerse en contacto con la empresa de la transformación a la que vende su producción o con los representantes de las asociaciones de productores más próximos a su explotación.

INTERCUN INFORMA

es una publicación de la Organización Interprofesional Cunicola INTERCUN.

Para más Información:

Intercun: C/ José Arteche 21

Azpeitia (Guipúzcoa)

Telf.: 943 083 877

www.intercun.org · admin@intercun.org

EX Extensión
de norma
GRUPO AGRARIO 1971-2009