

VISITA A

**CANADIAN
CATTLEMEN'S
ASSOCIATION**

(Alberta-Canadà) – maig 2008.

Organització del sector productor I

Canadian Cattlemen's Association - **CCA**

(l'Associació Canadenca de Ramaders de Boví de carn)

- Establerta el 1932.
- Única associació a nivell nacional.
- Representa els interessos dels 90.000 productors de boví de carn de Canadà.
- 8 organitzacions provincials federades.
- Comitè directiu format per 27 productors de les 8 províncies, en funció del nivell de finançament que aporta cadascuna.



"La nostra **visió** per a una indústria del boví de carn canadenca dinàmica i rendible, és tenir productes de carn de boví canadencs d'alta qualitat reconeguts com els més excel·lents pels clients del Canadà i del món."

Organització del sector productor II

Principals objectius de la CCA, *fixats el 1967*:



- Impulsar **recerca** en la producció, la comercialització i el valor nutricional de la vedella.
- Impulsar **legislació** en interès de la indústria del boví de carn.
- Promoure el **benestar de totes les parts de la indústria** del boví de carn.
- Promoure entre els **consumidors** la carn vedella com aliment i la importància econòmica de la indústria del boví de carn.
- **Cooperar** amb altres organitzacions que tinguin objectius similars, de manera global o en part.
- **Coordinar els esforços** de les organitzacions de productors amb els dels altres amb interessos en la indústria del boví de carn.
- Facilitar el debat dels problemes comuns i ser la **representació** enfront les autoritats dels posicionaments sorgits dels debats.

Organització del sector productor III

Àmbits d'actuació:



- ❖ **sanitat animal i inspecció** de la carn, assegurar que les regulacions es basen en criteris científics actualitzats i no impedeixen innecessàriament el comerç;
- ❖ **benestar animal**, fomentar pràctiques de producció respectuoses;
- ❖ **sostenibilitat mediambiental**, fomentar pràctiques de producció sostenibles mediambientalment;
- ❖ **creació de valor i competitivitat**, gestió i tecnologia per assegurar que la indústria és rendible i globalment competitiva;
- ❖ **comerç exterior**, assegurar que la indústria té accés favorable als mercats internacionals;
- ❖ **política agrària local i regulacions**, afrontar elements normatius no relacionats amb el mercat.

Organització del sector productor IV

Les **divisions operatives** de la CCA

➤ **BEEF INFORMATION CENTRE** (BIC): creat el 1973, té per missió maximitzar la demanda i optimitzar el valor dels productes de carn canadencs. Impulsa la marca identificativa "**Canadian Beef**". Finançat pels productors a través del "Check-Off" nacional, i per finançament públic en programes i projectes específics.

Estratègies en 5 àrees clau:

- millorar la qualitat i consistència de la carn de boví;
- incrementar l'adaptació al consumidor;
- ampliar l'ús i el valor de tots els talls;
- millorar la seguretat alimentària;
- millorar la percepció del consumidor de la carn de boví com a saludable i nutritiva.



Programes de desenvolupament de mercat orientats a **detallistes/carnissers, processadors, distribuïdors i operadors d'aliments, professionals de la salut i mitjans de comunicació**, per influir en com la carn és comercialitzada, publicitada i exposada al consumidor.

Organització del sector productor V

Les divisions operatives de la CCA

- **CANFAX**: proporciona informació i anàlisis de mercat.
- **BEEF CATTLE RESEARCH COUNCIL**: identifica, finança i gestiona la recerca en les àrees de sanitat i benestar animal, producció, qualitat i seguretat alimentària i medi ambient.

Understanding Hormone Use In Beef

What are hormonal substances?

"Hormonal substances" is a term used to describe sex hormones given to cattle. Health Canada has approved three natural hormones and three synthetically produced hormones for use in cattle in Canada.

Why are they used in the cattle industry?

Hormonal substances are used so that the animal uses its feed efficiently. The use of hormonal substances results in:

- Development of more lean meat with less fat deposited in the meat
- More growth using less feed
- Reduced cost for the cattle producer and less expensive beef for the consumer

Does hormone use affect the safety of beef?

The safety of hormone use has been reviewed by many experts and agencies, including Health Canada, the World Health Organization and the Food and Agriculture Organization of the United Nations. All have concluded that hormones can be used safely in beef production.

Research has shown that very high levels of hormones taken for a long time (such as those levels found in oral contraceptive pills or hormone replacement pills) may be a risk factor in some kinds of cancer. However, the levels found in food products, such as beef, are too low to be of risk to human health.

How do we know that the hormones are safe?

Health Canada, through the Food and Drug Act and Regulations, determines what hormonal substances can be used in animals and how these substances are to be used. In order for the hormone to be approved for use it must:

- Be effective for its purpose (do what it is supposed to do);
- Be safe for the animals;
- Result in food products that are safe for humans to eat.

Who makes sure that beef producers use the appropriate level of hormonal substances?

The Canadian Food Inspection Agency makes sure that beef producers follow the Food and Drug Act and Regulations. They do this by inspecting the meat and testing it for residues. In Canada, the level of synthetic hormones that can be left in beef is zero. A review of the data from this testing program shows a near perfect record, that is, no hormonal residues in the beef.

Are all cattle given hormonal substances?

Each beef producer makes a business decision on the use of hormonal substances. This decision is based on many factors, including the cost/benefit of purchasing and administering the hormone. However, since cattle are bought and sold, there is only one way to ensure that a beef product has never received any hormonal substance. One must purchase beef, which has appropriate verification that it has been sourced from cattle that have been raised without the use of hormonal substances, such as certified organic beef.

Understanding Hormone Use In Beef

There is no such thing as hormone-free beef. Even beef raised organically will contain hormones. All animal products contain hormones because all animals produce hormones naturally. The hormone levels found in a sample of organic beef are similar to beef from animals given hormonal substances.

How much hormones are in beef?

Cattle, like humans, are mammals. All mammals have naturally occurring hormones. The level of hormones in beef from cattle given hormonal substances is no different than the level found in beef from cattle not given hormonal substances. Studies also show that there is more variation in hormone levels of animals of different sexes than between treated and untreated animals.

In addition, the level in a serving of beef is very low compared to other sources of hormones in our body.

Table 1—Hormones we produce naturally in our bodies

Total Daily Production	Estrogen (nanograms)	Progesterone (nanograms)	Testosterone (nanograms)
Prepubescent girls	54,000	250,000	32,000
Prepubescent boys	41,500	150,000	65,000
Non-pregnant women	192,000 – 1,192,000	420,000 – 19,600,000	240,000
Men	136,000	410,000	6,400,000

Table 2—Hormones we may consume in food

	Estrogen (nanograms)	Progesterone (nanograms)
Oral Contraceptive (per pill)	20,000-50,000	100,000-500,000
Hormone replacement therapy (per pill)	625,000	2,500,000
Beef from cattle not given hormonal growth promotants 100g	1.5	27
Beef from cattle given hormonal growth promotants 100g	2.2	44
Soybean oil, 15 mL	28,773**	Not applicable
Cabbage, 100 g	2,381**	Not applicable
Milk, 250 mL	35.9	Not applicable

**estrogen equivalent activity (i.e. in the form of phytoestrogens)

Prepared by the Canadian Cattlemen's Association and Beef Information Centre — Oct 2007
www.cattle.ca www.beefinfo.org

Organitzacions de la Indústria I

Quan es parla de la **Indústria** del boví de carn canadenc, s'inclou la **CCA** (productors) i el **Canadian Meat Council** (escorxadors, processadors i sales de desfer, distribuïdors, etc.)

➤ **CANADIAN BEEF BREEDS COUNCIL:** agrupa les 19 associacions nacionals de races pures, exportadors i proveïdors de serveis. Àrees de treball: accés i desenvolupament de mercats, salut animal, millora genètica, recerca i desenvolupament, educació i extensió.

➤ **CANADIAN BEEF GRADING AGENCY:** creada el 1996 per la Indústria, acreditada per l'Agència d'Inspecció Alimentària canadenca per a proveir serveis de classificació i qualificació de la carn de vedella al Canadà. La seva tasca és la base per a la implantació i èxit de la marca "**Canadian Beef**".

En la canal s'avalua: maduresa; color de la carn; color del greix; musculatura; textura de la carn; textura del greix i cobertura.

La classificació (+ a -): Canada Prime; Canada AAA; Canada AA; Canada A.



Organitzacions de la Indústria II

Quan es parla de la **Indústria** del boví de carn canadenc, s'inclou la **CCA** (productors) i el **Canadian Meat Council** (escorxadors, processadors i sales de desfer, distribuïdors, etc.)

- **CANADA BEEF EXPORT FEDERATION:** creada el 1989 per la Indústria. És una organització sense ànim de lucre que busca l'accés a mercats clau arreu del món (representació al Japó, Korea, Taiwan, Xina i Mèxic). Membres:
 - Exportadors (Envasadors, Processadors i Exportadors - 29 empreses)
 - Afiliats (Associacions de ramaders - 10 entitats)
 - Associats (Proveïdors clau de la Indústria - 14 entitats)
 - Govern (Finançadors del sector públic - 6 departaments).

- **CANADIAN CATTLE IDENTIFICATION AGENCY:** creada el 1998 per la Indústria, amb l'objectiu de promoure la sanitat animal i la seguretat alimentària del boví de carn canadenc.

Finançament I

- **El Check-Off Nacional (CON)** consisteix en una quota per cap de bestiar venut al Canadà.
 - Creat el 2002 a través de la norma legal *Proclamació de l'Agència de recerca, desenvolupament de mercats i promoció del boví de carn*.
 - Els intermediaris/distribuidors, plantes de manipulació i qualsevol altre comprador, han de recaptar la taxa.
 - Les organitzacions provincials recapten un Check-Off Provincial (COP) per a finançar les activitats a la seva regió i la representació nacional. Cada organització provincial determina la quantitat del seu COP, i d'aquest **1 dòlar es remet al CON**.

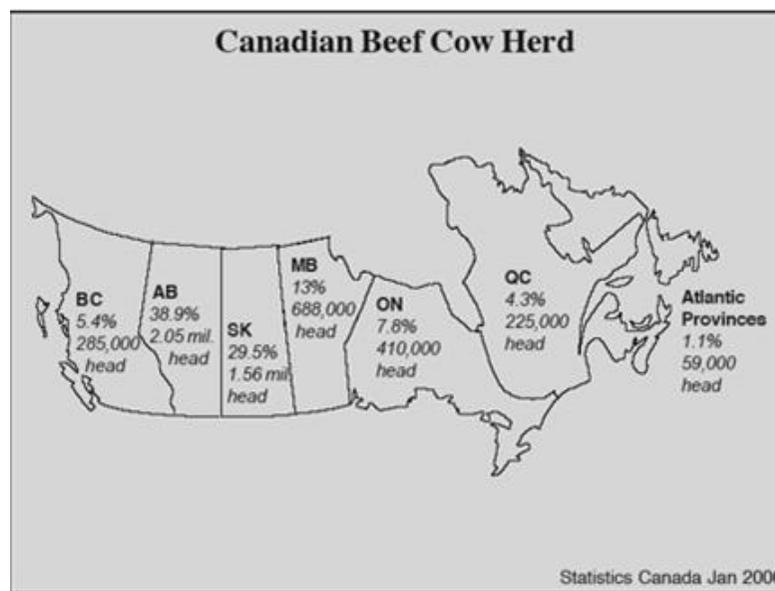
Província	COP	Remès al CON
British Columbia	2,00 \$	1,00 \$
Alberta	3,00 \$	1,00 \$
Saskatchewan	2,00 \$	1,00 \$
Manitoba	3,00 \$	1,00 \$
Ontario	3,00 \$	1,00 \$
New Brunswick	3,00 \$	1,00 \$
Nova Escòtia	2,00 \$	1,00 \$
Prince Edward Island	?	?

Finançament II

- **El Check-Off Nacional (CON)** consisteix en una quota per cap de bestiar venut al Canadà.
 - El CON genera aproximadament **8'2 milions de dòlars** anualment. *La completa implementació d'una taxa en el bestiar domèstic permetrà al Canadà aplicar una taxa equivalent per als animals i productes de carn de boví importats.*
 - El CON es destina a finançar la comercialització i la promoció de la carn: **Beef Cattle Research Council; Beef Information Centre; Canada Beef Export Federation.**
 - El CMC (industrials) aporta la seva part de finançament a les agències.
 - La CCA no rep finançament del CON.

La producció I

- **Productors de boví de carn: 90.066** (Statistics Canada 2001)
- **Caps de bestiar: 13.900.000** (el 2008 segons la CCA)
- **Vaques de recria: 5.280.000** (Statistics Canada gener 2006)



- **Producció de carn: 1'56 bilions de kg/any** (segons la CCA)

La producció II

Alimentació i sistema de producció del bestiar:

- **Vaques i recria:** pastures i pinso. Producció en ranxos en sistema extensiu. Mitjana d'animals per explotació: 132. Races més predominants: Hereford, Angus, Charolais, Simmental i Limousin.
- **Feedlot-engreix:** pinso/gra. Producció en sistema intensiu d'engreix (3-7 mesos de durada) en tancat a l'aire lliure no asfaltat. Animals per explotació: entre 500 i 30.000. En l'alimentació s'incorporen complements vitamínics, proteics i minerals. El "*Bureau of Veterinary Drugs of Health Canada*" autoritza l'ús d'antibiòtics i d'hormones.



La producció III

➤ **A nivell d'escorxador:**

- Mitjana de **pes** de l'animal: 590kg mascles bovins joves - 550kg femelles.
- **Edat:** menys de 2 anys. Els animals de més edat són processats per separat.
- Els animals estan en estabulació un temps per a minimitzar l'estrès del transport.
- La **neteja** de l'animal es fa a nivell d'escorxador i l'aprofitament del cuir està remunerat. *De manera informal s'estableix un sistema que premia els animals més nets.*

La producció IV

➤ A nivell d'escorxador:

➤ Un cop sacrificat l'animal:

⇒ les mitges canals es **refrigeren** durant 24-48h. El procés de classificació i qualificació es fa posteriorment.

⇒ la canal se sotmet a **corrents alternes** de 660 volts.

⇒ la canal se sotmet a un procés de **pasteurització** per a eliminar el risc de contaminació i allargar la vida de la carn (*la durada de la carn al punt de venda pot ser de 7 dies quan està envasada amb "film" – majoria- , de 14 dies quan està envasada amb atmòsfera controlada i de 36 dies quan està envasada al buit –exportació-).*



La comercialització I

- **El consum mitjà al Canadà és de 27kg/habitant/any.**
- El 64% de la carn de boví canadenc es consumeix al Canadà i el 29% s'exporta a EUA. El 7% restant s'exporta a altres països.
 - El 2007 es van exportar 761.000 tones de carn, per un valor de 2'87 bilions de dòlars.
 - Canadà importa 182.000 tones de carn de boví de EUA, Austràlia, N.Zelanda, Argentina, Uruguai i altres.
- Es desenvolupen **nous producte** per ampliar el valor de les peces: salsitxes, carn picada, etc.

El sector de boví de carn al Canadà

La comercialització II

➤ La carn es comercialitza sota la marca genèrica **"Canadian Beef"** que conviu amb altres distintius de qualitat i marques individuals.



➤ Regularment es realitzen estudis i enquestes de percepció sobre els **gustos i les orientacions dels consumidors** (al mercat intern i externs).



Propostes pel sector de boví de carn de Catalunya

- L'actual context de mercats requereix una **estratègia a mig i llarg termini** per situar la vedella catalana en el mercat interior, donant-li capacitat per competir amb les carns d'importació.
- Provedella és una bona eina creada per la producció, però on cal implicar els agents de la indústria càrnica. **Cal integrar els diferents agents del sector en l'estratègia de Provedella.**
- Les línies estratègiques:
 - ✓ Cal assolir una **millora continua** a través de recerca en qualitat i en costos (races, alimentació, maneig, maduració de la carn, nous talls, etc.).
 - ✓ És imprescindible tenir tota la **carn catalana identificada i etiquetada**; aquest distintiu pot conviure amb altres segells de qualitat o marques individuals i es pot arribar a desenvolupar més a través d'un sistema de classificació.
 - ✓ Cal **prestigiar i fomentar el consum** de carn, amb campanyes per informar al consumidor (traçabilitat, propietats de la carn, sanitat, benestar animal, seguretat alimentaria, etc.) i a la resta d'actors amb capacitat d'influir en la percepció que es té de la carn de vedella catalana.
- Per a fer possible aquestes propostes a mig i llarg termini és fa imprescindible un **sistema de finançament** sòlid.
 - ☞ Es proposa que s'impulsi un **norma legal** que habiliti la recaptació d'una quantitat determinada d'euros per animal sacrificat, que asseguri la transparència en la gestió i la destinació dels fons. S'ha de fer amb l'acord de la majoria del sector i amb la complicitat de la indústria.

Gràcies per l'atenció.