

Les ramaderies ebrenques creen una marca per reivindicar el bou al territori

El projecte Ur s'emmiralla en la marca del 'Bou de Camarga' i vol englobar productes culturals i turístics



Bous de la ramaderia Germans Margalef | Facebook Ramaderia Germans Margalef

Les ramaderies de les Terres de l'Ebre han unit les seues forces per crear una marca que permeta reivindicar el bou al territori. El projecte Ur, impulsat per la ramaderia Germans Margalef en col·laboració amb el Departament de Cultura i l'IDECE, s'emmiralla en la marca del 'Bou de Camarga', a França. Amb esta marca, que s'intenta vincular a la Reserva de Biosfera de les Terres de l'Ebre, es vol emmarcar productes culturals i turístics i treballar perquè siga representativa de productes alimentaris i de qualitat.

L'impulsor, Paco Palmer, de Germans Margalef, ha explicat que el primer pas és "crear consciència sobre la importància del bou al territori". D'altra banda, apunta que la ramaderia extensiva "és el màxim exponent de sostenibilitat dins de la Reserva de la Biosfera, igual que l'agricultura ecològica". Esta marca, segons Palmer, podria salvar el món del bou a Catalunya, que considera que està "ferit de mort". Així, se'l situaria com a motor econòmic i asseguraria la pervivència a la regió.

El projecte de crear una marca pròpia es mira a llarg termini. De moment, els ramaders mantenen reunions per veure com es desenvolupa i per poder traçar un full de ruta que permeta articular la marca. De moment, no s'han constituït en associació però no descarten fer-ho. El primer pas, segons Palmer, és assolir la conscienciació de la importància de l'animal al territori -entre agents socials i polítics- i fer-ho mitjançant el discurs de la conservació del bou a les Terres de l'Ebre, que ha tingut un paper clau en el desenvolupament econòmic i en la conservació d'hàbitats. "El brau extensiu ha estat de sempre al territori i és una peça clau, va ajudar a convertir les terres salvatges en conreu i per conservar zones humides al Delta", exemplifica.

"És un projecte de lobbisme", apunta l'impulsor, que assenyala que conviden a participar també a formacions animalistes com el PACMA perquè s'entenga que la marca se centra en la conservació de l'espècie des d'una actitud constructiva. "Després ja veurem com es conserva o quines necessitats té, però el pas on ens trobem és la conscienciació que és un animal amb importància en la ramaderia extensiva, de gestió de pastures i d'ecosistema al territori".

Palmer, que ha viatjat a la Camarga francesa on ha mantingut contactes amb ramaders de la zona i organismes públics reguladors, apunta que en este espai es dona suport al bou mitjançant una marca que ha acabat lligada als productes alimentaris de qualitat. Esta idea és la que Palmer intenta traslladar a l'Ebre. En esta línia, va iniciar contactes amb les ramaderies del territori per anar de la mà en aquest projecte i "la resposta va ser unànime".

A principis de desembre es va celebrar una taula rodona per abordar la qüestió, tot parlant de les arrels del brau a les Terres de l'Ebre, l'encaix del bou a la Catalunya del segle XXI i el turisme rural i sostenible, entre altres temes. L'esdeveniment va comptar amb la participació del director del Museu d'Escamandre a la Camarga, Serge Colombaud, o el president de l'Associació de Ramaders de Camarga, Jacques Mailhan.

Paral·lelament, la ramaderia Germans Margalef participa en un projecte europeu de caracterització d'una raça minoritària per definir les característiques genètiques del brau de l'Ebre en un estudi de la Universitat de Saragossa.