



Local breeds competing with  
models based on foreign breeds  
in highly intensified systems:

Latxa dairy sheep plan to ensure  
its sustainability.

Maite Lasarte, ASLANA

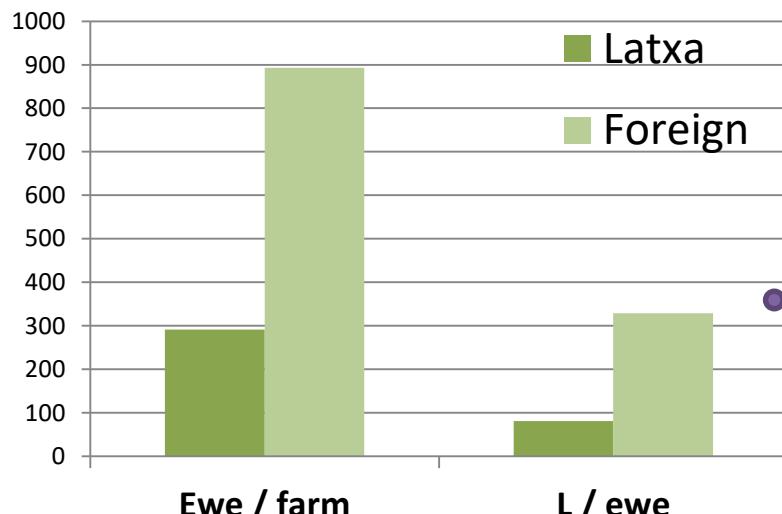
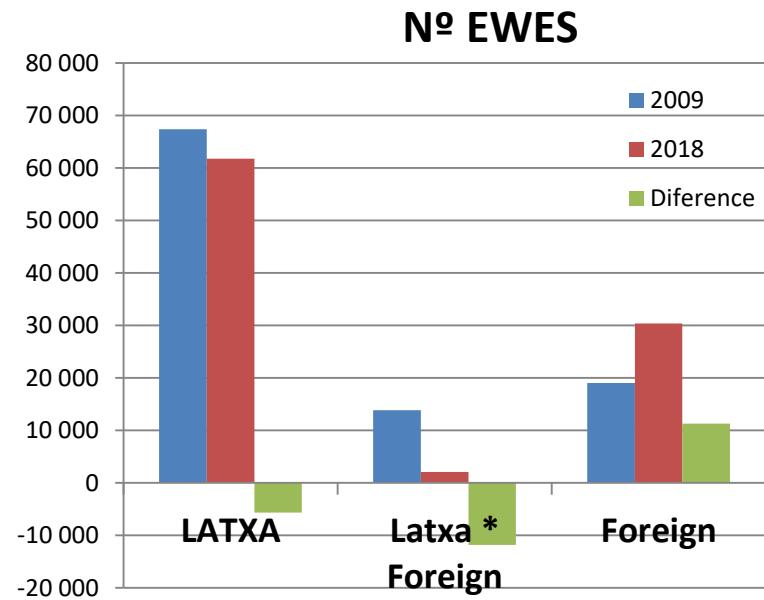
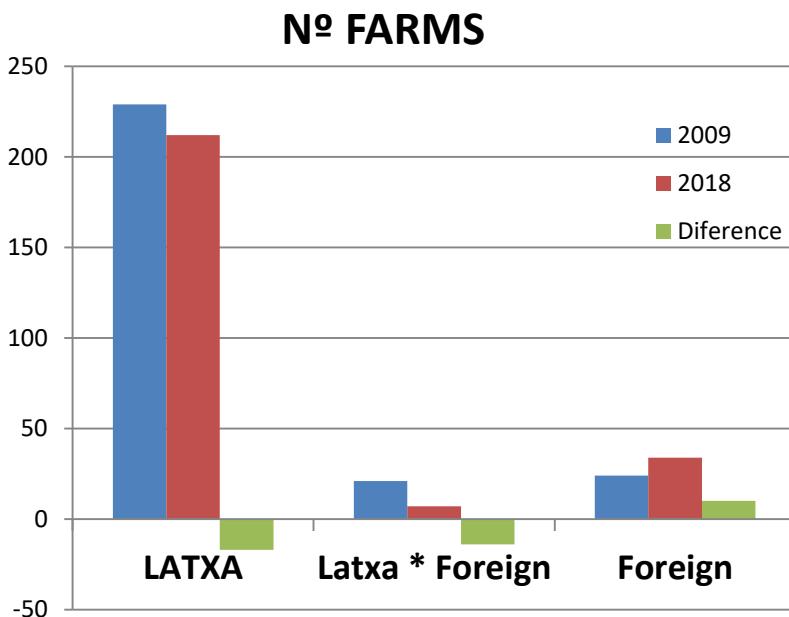


# SHEEP PRODUCTION IN NAVARRA

MAIN PRODUCTION	BREED	FARMS	EWES	Ewes / farm
Lamb	Navarra	596	309.482	519
Lamb	Latxa	986	68.385	69
Milk	Latxa	219	63.844	291
Milk	Foreign Lacaune Assaf	34 12 22	30.374 5.225 25.149	893 435 1.143
Milk	Latxa + Foreign	7	2.069	296
TOTAL		1.842	474.154	

Source: INTIA

# Milk production: Two models, local versus foreign breeds



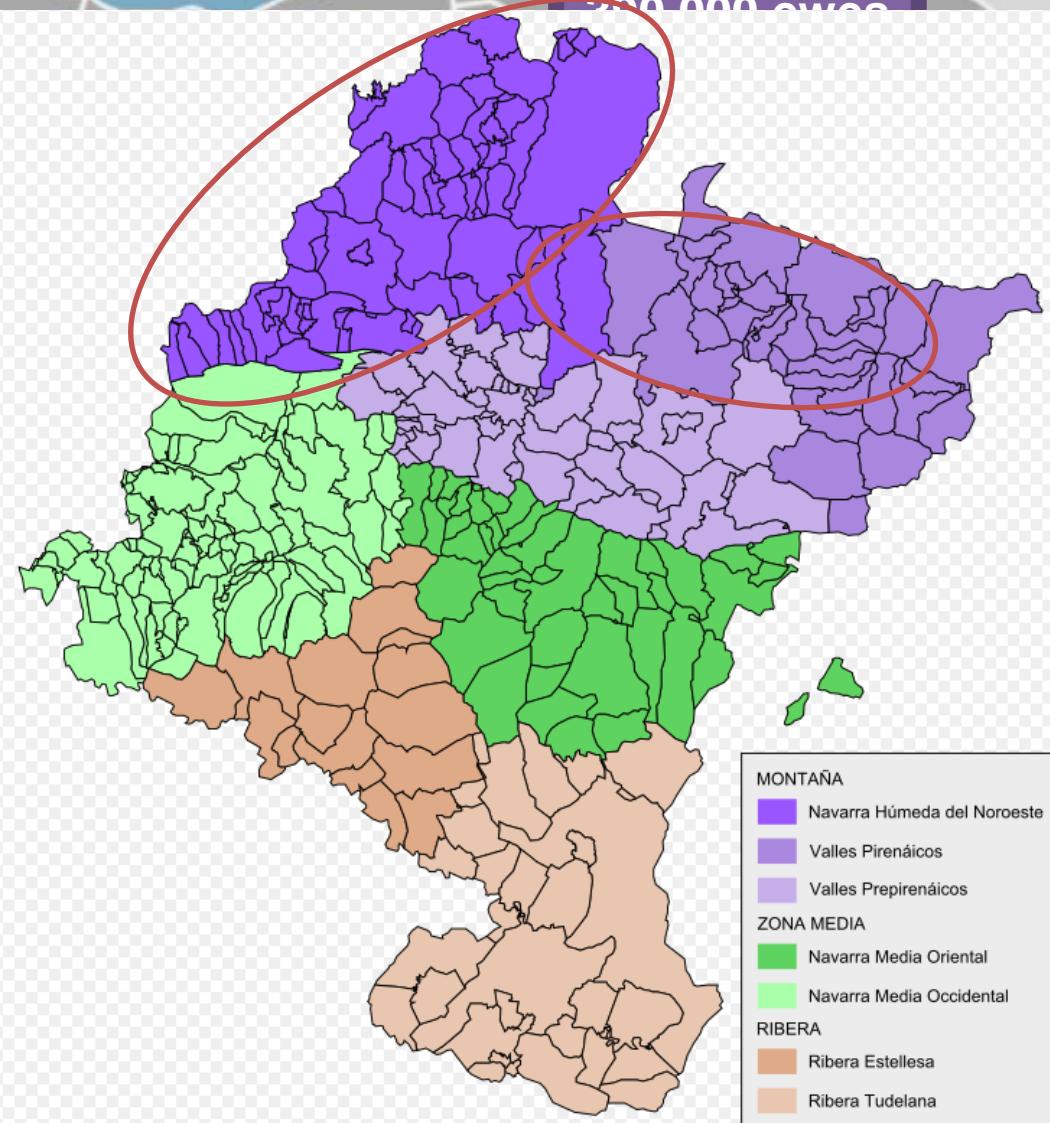
LATXA:  
85% of the farms  
35% of the milk

# LATXA BREED

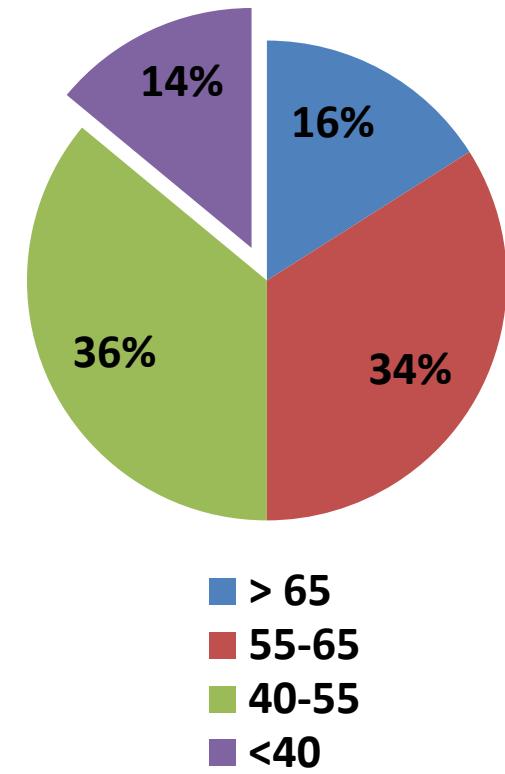
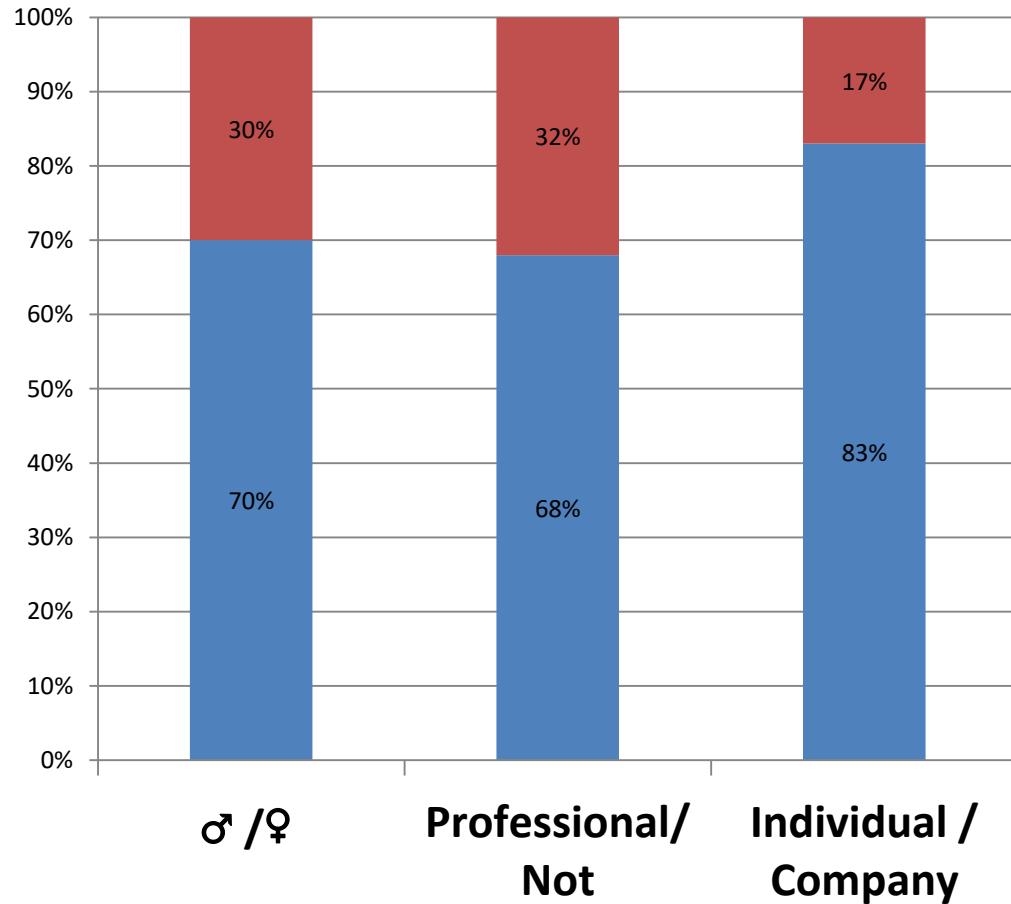
Manech:

220.000 ewes

220.00  
5.800



# LATXA: OTHER CHARACTERISTICS



Source: INTIA

# CHEESE PRODUCTION

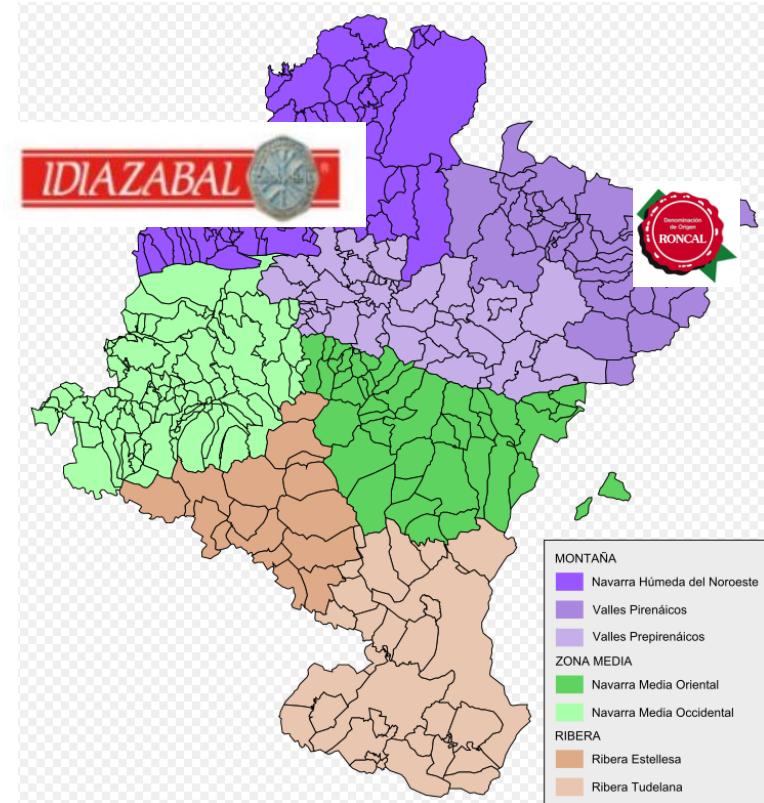
## Raw milk, mature cheese

90 % under PDO:

- ◆ PDO Idiazabal
- ◆ PDO Roncal

46 farmhouse cheese

- ◆ 29 DO Idiazabal
- ◆ 1 DO Roncal
- ◆ 5 organic cheese
- ◆ 17 also sell milk



20 sheperds milking in mountain but not making cheese there

9 dairies collect milk from 190 farmers :

- ◆ 3 DO Roncal
- ◆ 3 DO Idiazabal
- ◆ 3 DO Idiazabal farmers also buy milk

L  
A  
B  
E  
L  
S



PDO Idiazabal cheese



PDO Roncal cheese



PGI Navarra lamb

A  
D  
V  
I  
C  
E



ARTZAI GAZTA: Farmhouse cheese makers association



INTIA: public company Government of Navarra



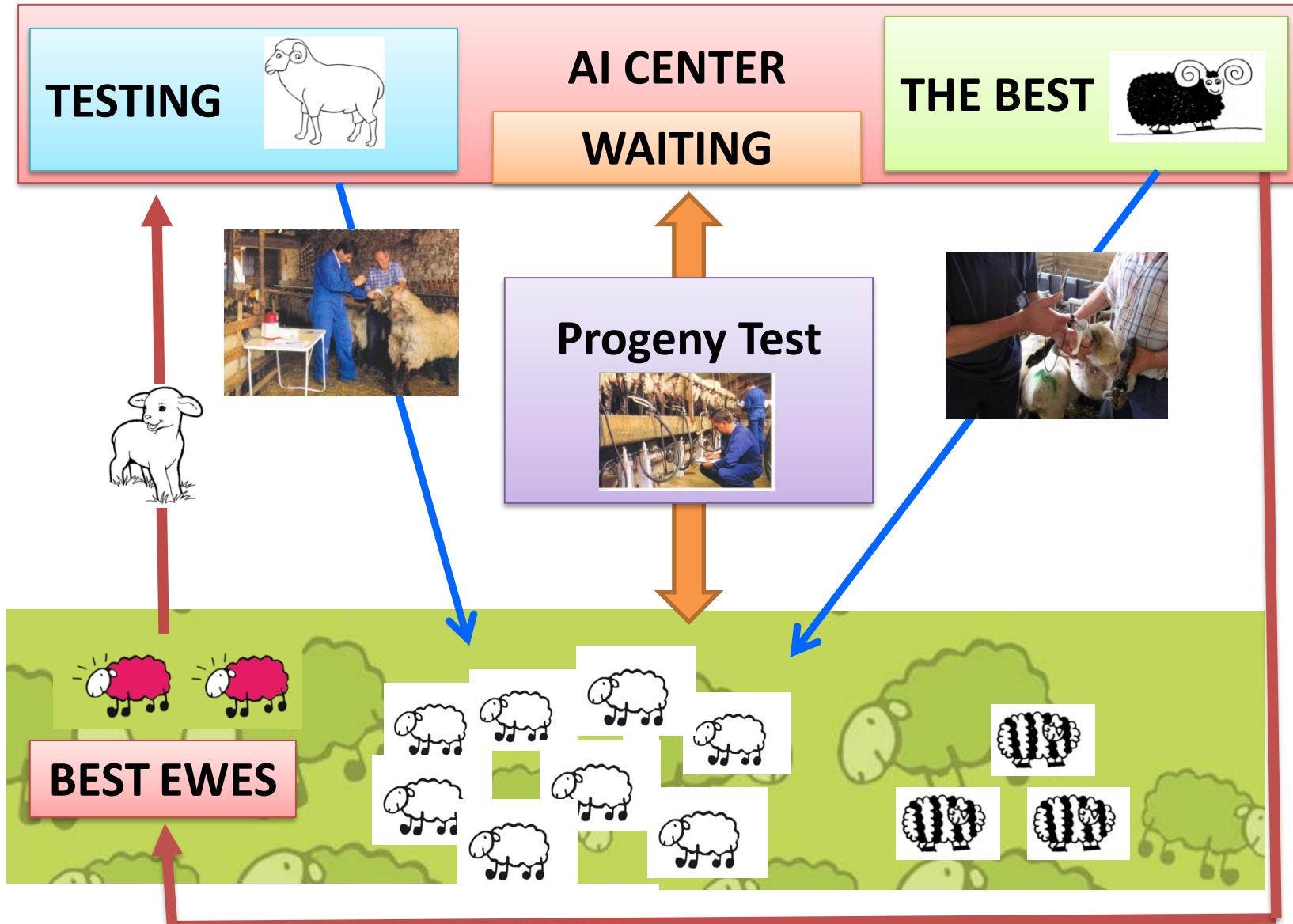
ASLANA: Latxa breeders association



# ASLANA

- Latxa breed **farmers association** of Navarra
- Objective: **genetic improvement** of Latxa local dairy breed
- 72 farmers
- 30.000 ewes, **45% of the milking ewes of Navarra**
- 400 ewes / flock
- Farmers age: 47 years old, **25% young farmers (<40 years)**
- 85% of farmers have sheep as **main activity**

# SELECTION PROGRAM



# LATXA SELECTION PROGRAM ORGANIZATION

## FARMERS



Identification  
Birth book  
Performance recording  
AI

## FARMER'S ASSOCIATION



Identification  
Herd book  
Performance recording  
AI

## AI CENTER



Males  
Semen

## RESEARCH CENTER



Genetic evaluation  
Studies

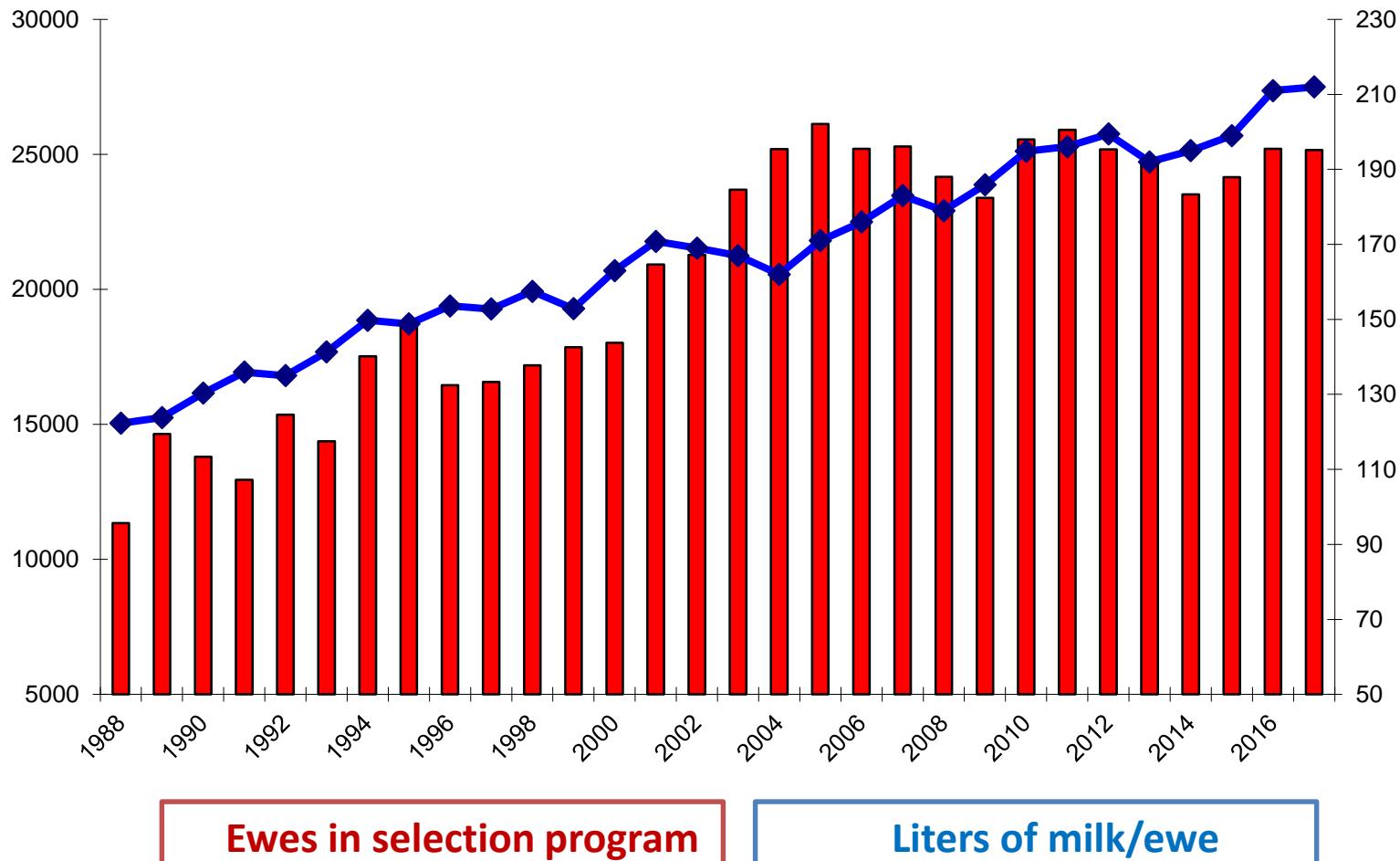
Evaluation

## GOVERNMENTS

Regular financial support

# MILK YIELD RESULTS:

## Improvement: 4 liters/ lactation and year



# BEST RAMS CATALOGUE

**ES1400004 98595**



**Birth date: 05/02/2014**  
**Farmer: A.M. Linzoain, Iragi**  
**Prp Gen: ARR/ARQ**  
**Combined index: 3.365**

## MILK

**Genetic value: +51**  
**Repeatability: 74 %**  
Daughters: 8      Lactations: 8      Flocks: 5  
**Fat % genetic value: +0,062**  
**Protein % genetic value: +0,122**

## UDDER

**Insertion: Good**  
**Teat Verticality: Very Good**

# CHRONOLOGY OF LATXA BREED SELECTION PROGRAM

1982: Milk recording

1984: Selection program

1985: Artificial Insemination

1988: First Ram Ranking

**1990: Official recognition of Herd Book**

1993: Directed mating in AI program

**1997: First studies milk composition, udder morphology**

1999: Quality milk recording

2001: Udder morphology recording

2005: Genetic evaluation for composition and udder

**2008: Combined Index**

2010-2012: “GENOMIA” project, research in Genomic

**2018-2020: “ARDI” project**



Research, Development and  
Innovation in sheep



Interreg  
POCTEFA



FEDER · Fondo Europeo de Desarrollo Regional / Fonds Européen de Développement Régional

# ARDI

## Research, Development and Innovation





# LATXA PRODUCTION SYSTEM: KEY ASPECTS

## LATXA BREED:

- Adapted to the area: wet and mountainous
- Farmers know-how
- Successful breeding program
- Cooperation with other regions

## QUALITY CHEESE:

- Raw milk, mature cheese
- 90 % under PDO
- 46 farmhouse cheese

# Latxa dairy sheep plan

Why?

- Important activity in mountain area
- PDO Idiazabal plan in 2013
- PDO Roncal-Latxa

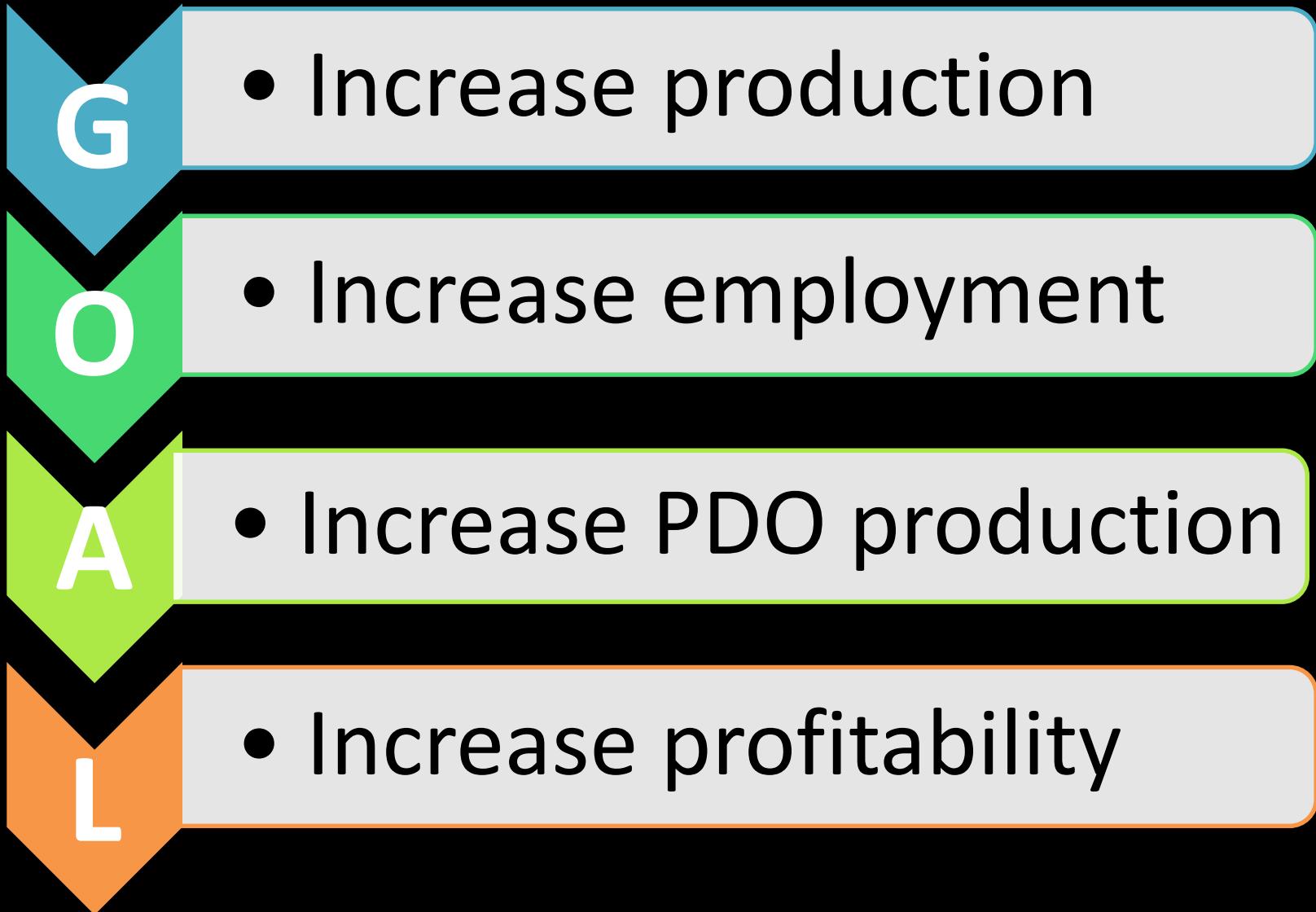
Who?

- Government of Navarra
- Government of the Basque autonomy
- Representative collectives and people

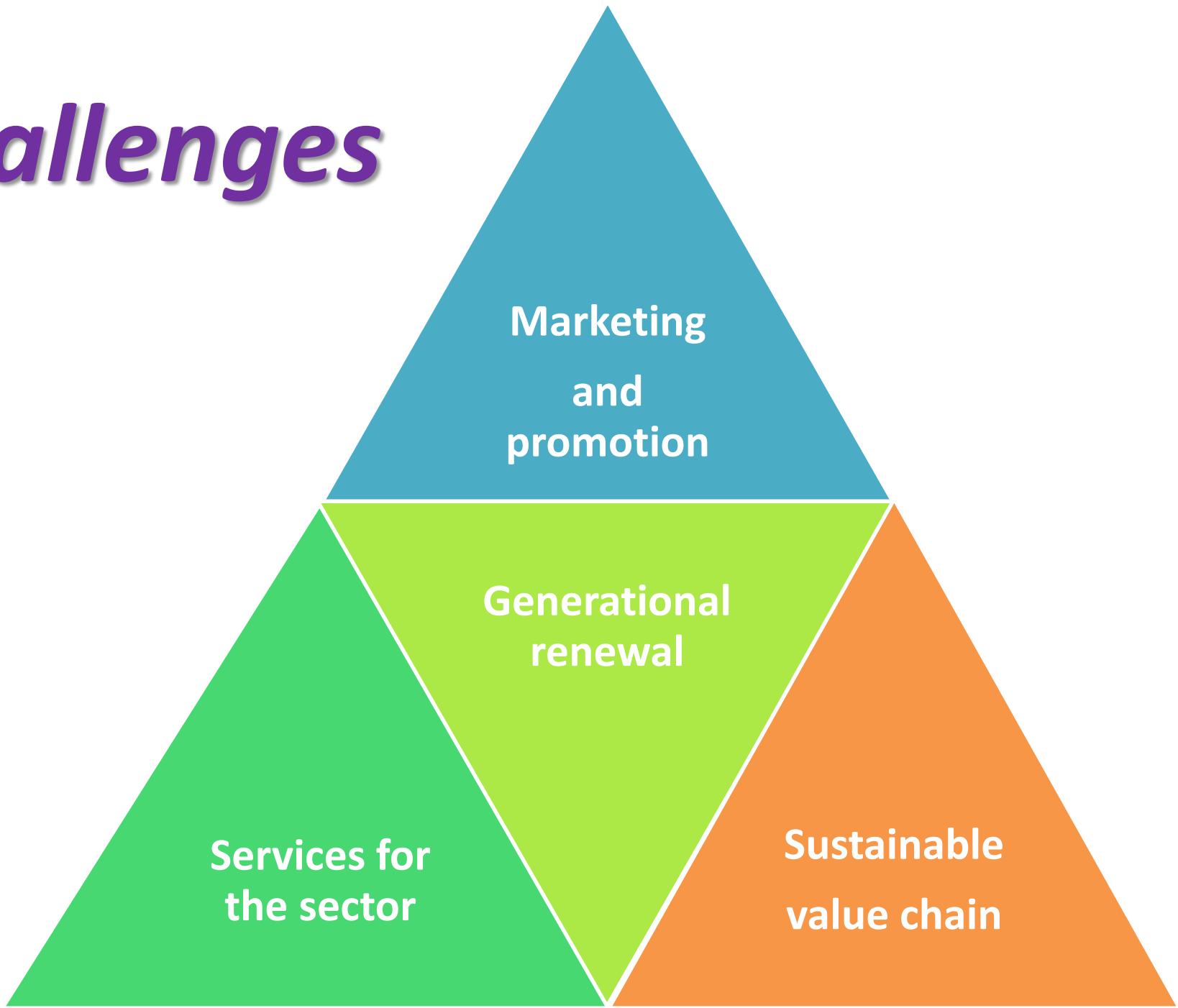
How?

- Journal to define challenges: 100 people
- Group work and individual meetings to define actions
- Public information: <https://intiasa.es/es/explotaciones-ganaderas/areas-de-interes/ganaderia-navarra/razas-autoctonas/40-explotaciones-ganaderas/194-latxa.html>





# *Challenges*



# *Present situation of the Plan*

- 50 actions defined
- Defining actions priority
- Defining budget

## EJE 1: RELEVO GENERACIONAL

MEDIDA 1.1: ADECUAR LAS AYUDAS ECONÓMICAS A LA INCORPORACIÓN

MEDIDA 1.2: FORMACIÓN ESPECÍFICA PARA LOS JÓVENES

MEDIDA 1.3: RELEVO DE EXPLOTACIONES

MEDIDA 1.4: ACCESO A LOS MEDIOS DE PRODUCCIÓN

MEDIDA 1.5 CALIDAD DE VIDA Y PRESTIGIO DEL SECTOR

MEDIDA 1.6 INCORPORACIÓN DE LA MUJER

### Mediation service for farm replacements

ACCIÓN N° 1.1.1: Revisar las ayudas a la incorporación de los PDR:

ACCIÓN N° 1.1.2: Facilitar el acceso a los instrumentos financieros:

ACCION:1.2.1: Relacionar entidades

ACCIÓN:1.2.2 Adaptar la formación a los nuevos retos

ACCIÓN 1.2.3: Crear y/o impulsar becas de acercamiento al sector

ACCIÓN 1.2.4 Crear "Espace test":

ACCIÓN 1.2.5.: Recuperar la figura del tutor de explotación

ACCIÓN 1.3.2: Impulsar y/o crear el "Relevo abierto"

ACCIÓN 1.4.2: Facilitar el acceso a la tierra

ACCIÓN 1.5.1: Creación de servicios de sustituciones adaptados a las necesidades del sector:

ACCIÓN 1.5.2: Crear una bolsa de empleo cualificado

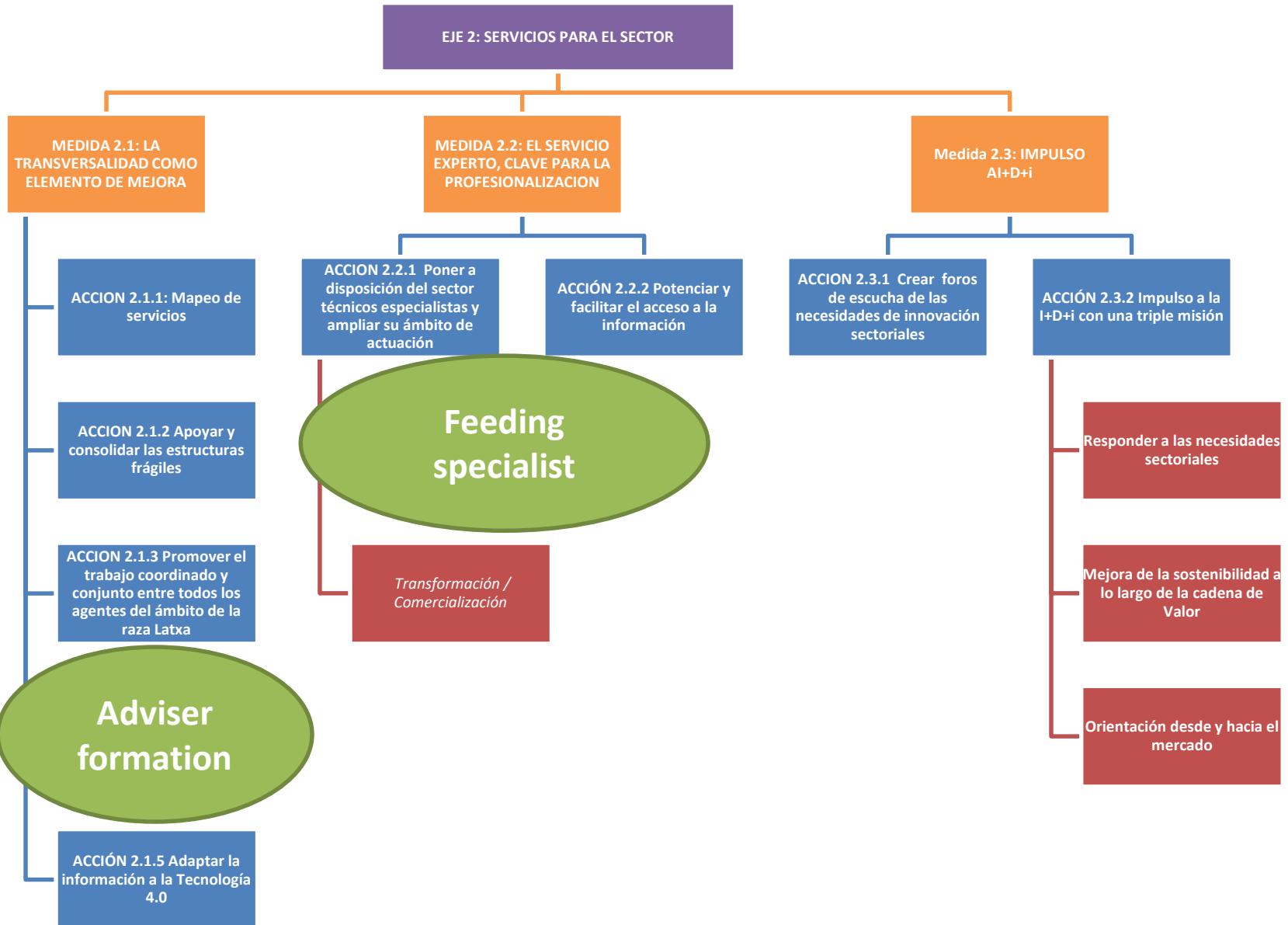
ACCION 1.5.4: Prestigiar el sector

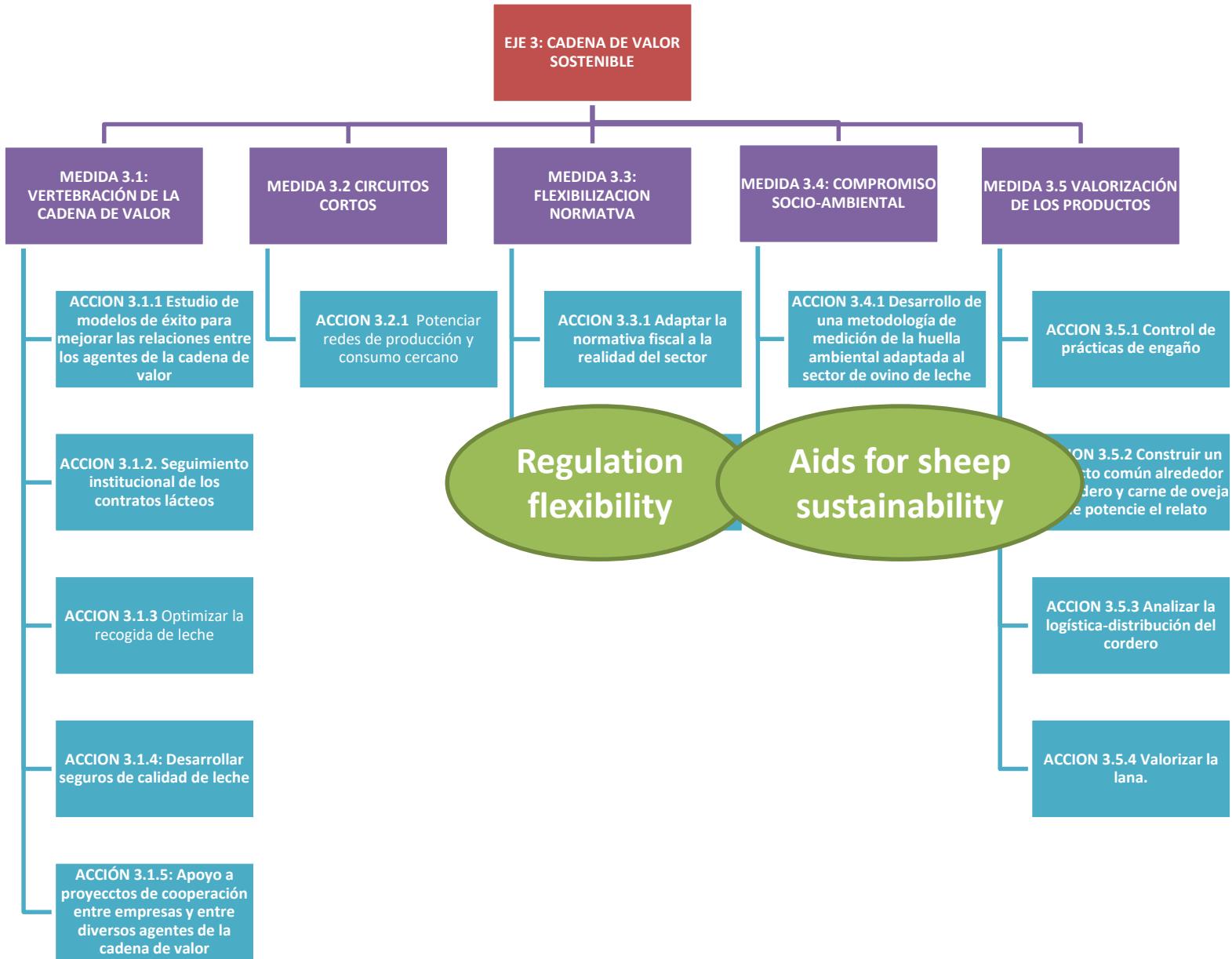
ACCION 1.6.1: Fomentar las fórmulas de titularidad igualitaria

ACCION 1.6.2: Analizar las incorporaciones de las mujeres al sector

ACCION: 1.6.3 Medidas de visualización

### Improve mountain shepherd's life conditions





EJE 4: COMERCIALIZACIÓN  
Y PROMOCIÓN

Market access  
help

MEDIDA 4.1 Creación de un relato conjunto e impulsar su divulgación

Territorio/ Cercanía-círculo corto / Especificidad / Sostenibilidad / Visibilizar el alto valor añadido en términos de sostenibilidad social y medioambiental / Nutrición

ACCION4.1.1 Promover la creación de un grupo de trabajo entre las administraciones y los agentes de la cadena de valor para diseñar y elaborar un plan de comunicación integral compartido

ACCION 4.1.2 Favorecer el reconocimiento internacional de los productos del sector mediante el apoyo a su presencia en foros de prestigio

ACCION 4.2.1 Análisis de las ferias locales: bases reguladoras, calendarios, nuevos nichos, competencia, diferenciación de productores locales...

ACCION 4.2.2 Apoyo a las acciones de promoción en el resto del Estado e internacionales

ACCION 4.2.3 Impulsar mediante ayudas de la incorporación al sector de personas capacitadas y con experiencias en marketing

ACCION 4.2.4 Impulsar la colaboración entre empresas para favorecer el acceso a los mercados

ACCION 4.2.5 Facilitar acuerdos entre el Sector Productor, las Cadena de Distribución y el Horeca

MEDIDA 4.3 ALIANZAS ESTRATEGICAS

ACCION 4.3.1 Crear alianzas estratégicas de promoción

Turismo

Educación

# Eskerrik asko!

# Merci beaucoup!

