Com corregim la diferència de preus al pagès i al públic?

Cal aconseguir transparència en els preus que es paguen al pagès

Començant perquè hi hagi transparència de preus a les llotges de referència que haurien de reflectir el preu real que cobra el pagès. I a partir d'aquí fer un seguiment de l'evolució dels preus fins al destí final. Sovint passa que els preus es fan pujar artificialment, amb l'únic objectiu de poder fer importacions –per part de les empreses especialitzades i interessades-, cosa que només poden fer si els preus són alts. Avui el domini dels oligopolis sobre la constitució o formació dels preus quasi és total. Avui dins de la UE des del 1992 els preus fluctuen d'acord amb els mercats internacionals en la mesura que els aranzels proteccionistes del Mercat Comú varen anar reduint-se fins a desaparèixer del tot.

Per "protegir" la renda agrària en aquells sectors, fins aleshores intervinguts, va establir-se els "ajuts a la producció", per compensar la pèrdua de renda per la baixa dels preus en els mercats. I la resta dels sectors, tan importants com la vinya, la fruita dolça, les hortalisses, la maduixa, la flor o la planta ornamental, senzillament... a "campar-se-la"!

Val a dir que quan s'aplicaven els preus de retirada en el cas d'enfonsament d'un sector, generalment mai no arriben a compensar les pèrdues per la davallada dels preus. A més s'ha d'aprovar i pagar des de Brussel·les.

Cal que hi hagi diferents nivells de regulació i, per tant, d'intervenció pública en els mercats. Atenent als següents criteris:

A/**Preus dels productes:**
- preu de mercat (resultat de la interacció entre oferta i demanda, nivell de competència, posicions dominants)
- cost real del producte (retribucions als factors + costos coberts per impostos)
. preu social per als aliments bàsics (per a facilitar-ne la disponibilitat per les persones menys afavorides)

B/ **Qualitat dels productes:**
- cal evitar el frau alimentari normalmente, de raó econòmica en composició, en denominació d' origen, en adulteració intencionada, en etiquetat
- també cal evitar la contaminació

C/ **Distribució dels productes**
Caldria que la política econòmica al respecte afavorís:
- la adequada retribució als factors de producció (terra, treball, capital)

- la competència (per a evitar abusos de posició dominant)
- la disponibilitat dels aliments bàsics, en condicions assequibles, per a la població menys afavorida.
- una normativa incentivadora i asseguradora de la qualitat

Recentment, amb més de 30 anys d´endarreriment, s´ha creat el **Consell Catalá de l´Alimentació (Setembre 2017)**. Les seves funcions establertes són:

El Consell Català de l'Alimentació proposarà actuacions amb els següents objectius:
- Continuar fomentant la qualitat i la seguretat dels aliments
- Promocionar els productes alimentaris catalans, inclosos els d'una qualitat diferenciada, els de proximitat i els produïts de forma ecològica
- Afavorir l'equilibri, la transparència i les sinergies positives en tota la cadena alimentària
- Fomentar la sostenibilitat, la responsabilitat social i la lluita contra el malbaratament d'aliments
- Promocionar la dieta mediterrània i fomentar en la ciutadania hàbits alimentaris saludables.

Per desenvolupar totes aquestes actuacions, aquest òrgan col·legiat s'estructurarà en quatre comissions: Comissió de la Cadena Agroalimentària, Comissió de Competitivitat i Internacionalització Alimentàries, Comissió de Gastronomia i Territori, i Comissió de Malbaratament i Sostenibilitat.

Aquest Consell ajudará a crear, el molt necessari, **Pacte Nacional per a la Política Alimentària.** Però no només l' Administració Pública ha d' esforçar-se en l' assoliment d' aquells objectius assenyalats. De res serveixen les normes, els controls i els estímuls, si els demés actors de la cadena agroalimentària no fan també bé la seva feina

Cal que hi hagi diferents nivells de regulació i per tant d'intervenció pública en els mercats. L'altra alternativa és deixar la política de preus i mercats a mans dels oligopolis que tenen avui el poder real per fixar els preus. Un cop més el dilema entre l'interès general o uns interessos minoritaris, amb capacitat, però, d'instrumentalitzar els mercats mundials i establir els preus en funció d'estratègies difícilment justificables. La PAC del Mercat Comú a partir del Tractat de Roma va néixer com una política de preus i mercats i tenia un aspecte regulador pel que fa als preus que percebia el pagès i el que acabava pagant el consumidor. El tancament dels acords del GATT i el començament de l'economia globalitzada a nivell planetari, sense regulacions perquè els mercats "ho regulen tot". Aquesta manca de regulació avui dins la UE, a diferència del que passava abans del 92, aplica les terribles i injustes

diferències entre el que percebem els pagesos i els preus que n'acaba pagant la ciutadania.

Cal potenciar la producció agrària de proximitat

Potenciar la producció agrària de proximitat. Portar avui pomes de les antípodes, 10.000 quilòmetres pel cap baix, quan aquí tenim les cambres frigorífiques plenes de gom a gom és reduir el comerç a l'absurd. Si volem potenciar la producció agrària de proximitat no n'hi haurà prou amb molt bones declaracions d'intencions sinó amb normes d'obligat compliment, difícils d'aplicar perquè toparem amb competències que avui ja són de la UE.

Cal potenciar les polítiques de Km 0

Com potenciar les polítiques de quilòmetre 0. Els productes de proximitat amb uns preus justos són una mica garantia d'una alimentació saludable i segura. De molt poca contaminació derivada del transport, per les curtes distàncies entre la producció i el consum.

Campanyes a favor dels productes de proximitat. Perquè, en grans aglomeracions urbanes, és difícil aplicar polítiques de Km0, ja que la producció d'aliments és lluny del punt de consum. De tota manera cal fer campanyes a favor dels productes de proximitat pels grans avantatges que presenten: pel consumidor, pel medi ambient i pel productor. Beneficis: reducció de preus, activar l'economia local i evitar les despeses i la contaminació associada al transport de llarga distància.

Cal ajudar als pagesos amb sistemes d'emmagatzematge i conservació

L'emmagatzematge. Els cereals i les lleguminoses són avui fàcils d'emmagatzemar com ho eren a les sitges del neolític. I té un cost relativament baix. Altra cosa és conservar la fruita dolça en atmosfera controlada i les carns en congeladors. La diferència entre uns i altres és el cost econòmic, però en ser uns productes amb més preu aquest cost és assumible**.** Si hom vol regular els mercats i a la vegada aprofitar unes collites concentrades en unes poques setmanes l'emmagatzematge i la conservació d'uns productes que abans, no fa tants anys, tenien una data de caducitat de dies [és essencial]. Durant el període de 30 anys en que la CEE regulava els mercats agraris i els seus preus, l'emmagatzematge va ser una peça clau per a fer funcionar el que anomenaven "política de preus i mercats". Ara si volen seguir subordinats a una

economia globalitzada això ja no és possible. Caldrà que l'esperit transgressor sigui majoritari comptant amb la majoria de la gent.

Cal potenciar la venda directe

Contacte directe entre el pagès i el comprador. S'ha de potenciar la possibilitat real d'un contacte directe entre el pagès i el comprador dels seus productes. Aquest coneixement i relació entre el pagès i el potencial comprador dóna també sentit a l'oferta del producte ecològic o biodinàmic. Productes que en un mercat globalitzat com Mercabarna, queden diluïts i adulterats.

Paper de les Cooperatives. La venda directe, evidentment, que es pot fer també a través de cooperatives encara que siguin petites i que poden connectar amb totes les cooperatives de consum.

Regulant el camp d'actuació de les grans superfícies

Regulant d'una vegada el camp d'actuació de les grans superfícies, que avui tenen el mercat al detall absolutament segrestat.

Potenciant la coordinació entre cooperatives de pagesos i cooperatives de consumidors

Circuits paral·lels a les grans xarxes agroalimentàries.. Avui el domini dels oligopolis sobre la constitució o formació dels preus quasi és total. Davant d'aquesta situació continuem creient que el sistema cooperatiu és un model vàlid, ben coordinat amb les, també, cooperatives de consumidors. Actualment únicament fent circuits paral·lels a les xarxes de les grans indústries agroalimentàries –només així- el pagès es pot escapar del gran control que tenen els grans comerciants i distribuïdors majoristes. Però és també indispensable coordinar-se amb els consumidors. Molt important a ajudar a crear consciència per la constitució de cooperatives de pagesos i consumidors, per a ajudar a eliminar intermediaris innecessaris.

Paper dels oligopolis agro-industrials i comercials i de les cooperatives.

Són conseqüència d'un model de creixement que sembla que no pot tenir límits. Amb les cooperatives agràries, que amb la implantació dels "Sindicats agrícoles", fa cent anys (Llei Bugalla/1907) l'alternativa era clara i passava per l'autoorganització dels pagesos a partir d'uns instruments de transformació i comercialització propis. Al

Maresme tenim el record dels “Sindicats” (cooperatives) que van organitzar i conduir durant molts anys l’exportació de les “Mataró’s potatoes” al mercat anglès.

Per superar-se en eficiència van actuar federats a nivell comarcal, sumant-hi pobles del Baix Llobregat que també produïen per a l’exportació. La guerra, el racionament, l’estraperlo i la corrupció imperant amb el nou règim ho van destrossar tot. De la guerra ençà la concentració de poder per part de les grans empreses no ha parat de créixer i d’imposar amb els suports polítics de cada moment, la seva llei. Allò que, en definitiva, va bé pels seus interessos. Tocar aquest model de creixement, que en el nostre cas subordina cada cop més la pagesia és difícil, però tampoc s’ha intentat. Perquè senzillament és una qüestió política, i en la mesura que no hi fem res la situació s’agreuja, en la mesura que els beneficis dels que controlen el sistema no paren de créixer.

Molts creiem que la cooperativa segueix essent una eina útil en el món d’avui,

Cal potenciar la figura del botiguer

Cal donar valor, també, a la figura del botiguer com aquell professional de l’alimentació, competent, especialitzat i del tot necessari que amb els seus coneixements i una relació directa amb el consumidor i el pagès pot contribuir a orientar la producció i el consum.

Cal potenciar el model de relació directa, pagès, botiguer, consumidor

Cal potenciar el model de relació directa, pagès, botiguer, consumidor. Amb aquest model fonamentat en la relació directa entre els tres agents i un tracte basat en la mútua confiança podrien resoldre molts problemes, donar sentit a les produccions Km 0 i donar transparència als preus.