

Rai López, els cítrics i una llum d'esperança

Ara fa un any aproximadament saltaven els llums d'alarma de la campanya dels cítrics ebrencs i mediterranis. L'acord de lliure comerç entre la Unió Europea i els països de l'Àfrica Meridional donava una estocada de mort a la clementina i taronja ebrenc. L'acord signat per aquestes zones geogràfiques de lliures comerç donava llum verda a la importació massiva de cítric sud-africà per part dels països de la Unió Europea, amb una reducció aranzelària anual progressiva fins a arribar al 0 per cent l'any 2026. Aquest fet provocà una caiguda del preu del cítric mediterrani fins a arribar a preus per sota dels costos de producció. La roïna de molts de productors ebrencs estava servida en safata.

Per sort o per desgràcia i per diverses raons, aquest any la temporada mundial dels cítrics ha estat un desastre i la producció ha estat per baix de les expectatives que s'esperaven. Aquest fet ha provocat que els preus s'hagin triplicat respecte de l'any anterior. Així, mentre que l'any passat es pagava en origen a 10 cm d'euro el quilo de clementina, aquest any s'ha arribat a pagar a 30 cm. Tot i ser encara preus baixos que amb prou feines cobreixen despeses, davant els preus de l'any anterior, ha estat un bàlsam de vida per a molts de productors de cítrics ebrencs. Una petita esperança, una llum dins la foscor, una salvaguarda per tirar endavant.

El cert, és que els acords de lliure comerç de la Unió Europea amb altres zones geogràfiques del món estan portant a la desaparició de l'agricultura catalana i mediterrània. Aquest fet ha originat que l'activista de l'Aldea, Rai López, hagi iniciat una campanya per lliure i voluntària i sense cap suport institucional ni privat via twitter per promocionar els cítrics de les nostres terres. La idea de Rai, que té més de 30 mil seguidors al twitter, era impulsar una campanya via les noves tecnologies de venda directa de cítrics ebrencs del productor al consumidor final.

El resultat final d'aquesta campanya, per ara, sembla positiva i la resposta de molts de consumidors que varen comprar directament mandarines ebrencs ha estat molt acollidora i grata. En

poques paraules, es va crear un win to win, gràcies a la iniciativa de l'activista: Rai López. En aquesta campanya de promoció s'hi han adherit personalitats conegudes com la diputada de Jxcat Laura Borràs, el delegat de la Generalitat a Madrid, Gorka Knör, David Fernández de Consum Estratègic, Chema Clavero o fins i tot l'activista antitaurina Aïda Gascón. La importància i el ressò a les xarxes socials ha estat aclaparador amb més de 30 mil persones compartint aquesta campanya i fins i tot el president de la Generalitat, Quim Torra, ha felicitat personalment Rai López per aquesta iniciativa voluntària per salvar els cítrics ebrencs.

Certament, no sé si aquesta campanya continuarà en els pròxims anys o serà flor d'un dia. Però com diu el refrany: Una flor no fa Maig. Tanmateix, en un món cada cop més global, en què les vendes per internet creixen exponencialment cada any, no estaria malament aprofitant aquesta idea de crear un Start-Up ebrenc per promocionar i



Batiste Forcadell

llicenciat en economia per la UNED

vendre els productes agrícoles del nostre territori. La veritat no sé si l'Administració hauria de col·laborar o només hauria d'esser el capital privat. Però l'experiència engegada voluntàriament per Rai López hauria d'il·luminar a més d'un, ja sigui capital privat o públic, per tal de crear alguna iniciativa empresarial per aprofitar el poder de la tecnologia i d'aquesta manera treure més rendiment econòmic entre els productors agrícoles del nostre territori i no esperar al cel, que hi hagin males collites mundials per poder viure dignament.

EL DIBUIX DE LA SETMANA

per Jokin Moya



By jokin
T'HO DIUEN ELS PETITS CORSARIS