



“Deixar les necessitats alimentàries dels països en mans de transnacionals és una traïció històrica”

de cobrir les necessitats alimentàries de la seua pròpia societat.

—**Des de Vía Campesina heu criticat que els aliments es van convertint en l'últim nínxol especulatiu. Quines conseqüències pot tenir això, a termini mitjà i llarg?**

—No tan sols els aliments, sinó també els béns comuns i els factors de producció indispensables per a produir-los. La cursa per la compra de terres, per la producció d'agrocombustibles, per la producció d'aliments industrials, la privatització de l'aigua, de la biodiversitat, de les llavors, són elements fonamentals i són, juntament amb els aliments, la bossa especulativa del futur.

—**Al primer món, la provisió d'aliments no preocupa. Però la població mundial no deixa de créixer i la capacitat de càrrega del planeta, l'explotació que podem fer dels recursos, és limitada. Creieu que la seguretat alimentària del primer món és assegurada?**

—Carrefour no alimenta ningú. Som nosaltres, els petits i mitjans agricultors, que alimentem el planeta. Aleshores, Europa ja fa dècades que té una aparent seguretat alimentària i ningú no es preocupa. Però fa un any i mig,

quan hi hagué la crisi alimentària, totes les alarmes es van encendre. La seguretat alimentària i la sobirania alimentària són molt fràgils. Tenir-ne prou o no tenir-ne prou depèn d'uns factors que requereixen polítiques agràries públiques. El fet que a la dècada dels 90 Europa privatitzara les reserves nacionals de cereals significa que avui no hi ha instruments de part dels governs per assegurar la sobirania alimentària europea. Tenim una producció animal basada en pinsos concentrats de soia i blat i aquesta dependència és absolutament insegura. Crec que els aliments són estratègics i requereixen polítiques molt determinades i públiques per a assegurar-los.

—**N'hi ha que suggereixen com a solució d'aquest problema —des de la indústria, però també des de la ciència— la introducció de transgènics.**

—El camí no són les propostes tecnològiques ni l'enginyeria ni els transgènics. El camí és el canvi de política. Aquestes tecnologies només aconseguiran més dependència externa respecte a les empreses transnacionals i hipotecaran la capacitat de la societat per a arribar a polítiques sostenibles.

Violeta Tena

Com us vau interessar per la qüestió de la gran distribució?

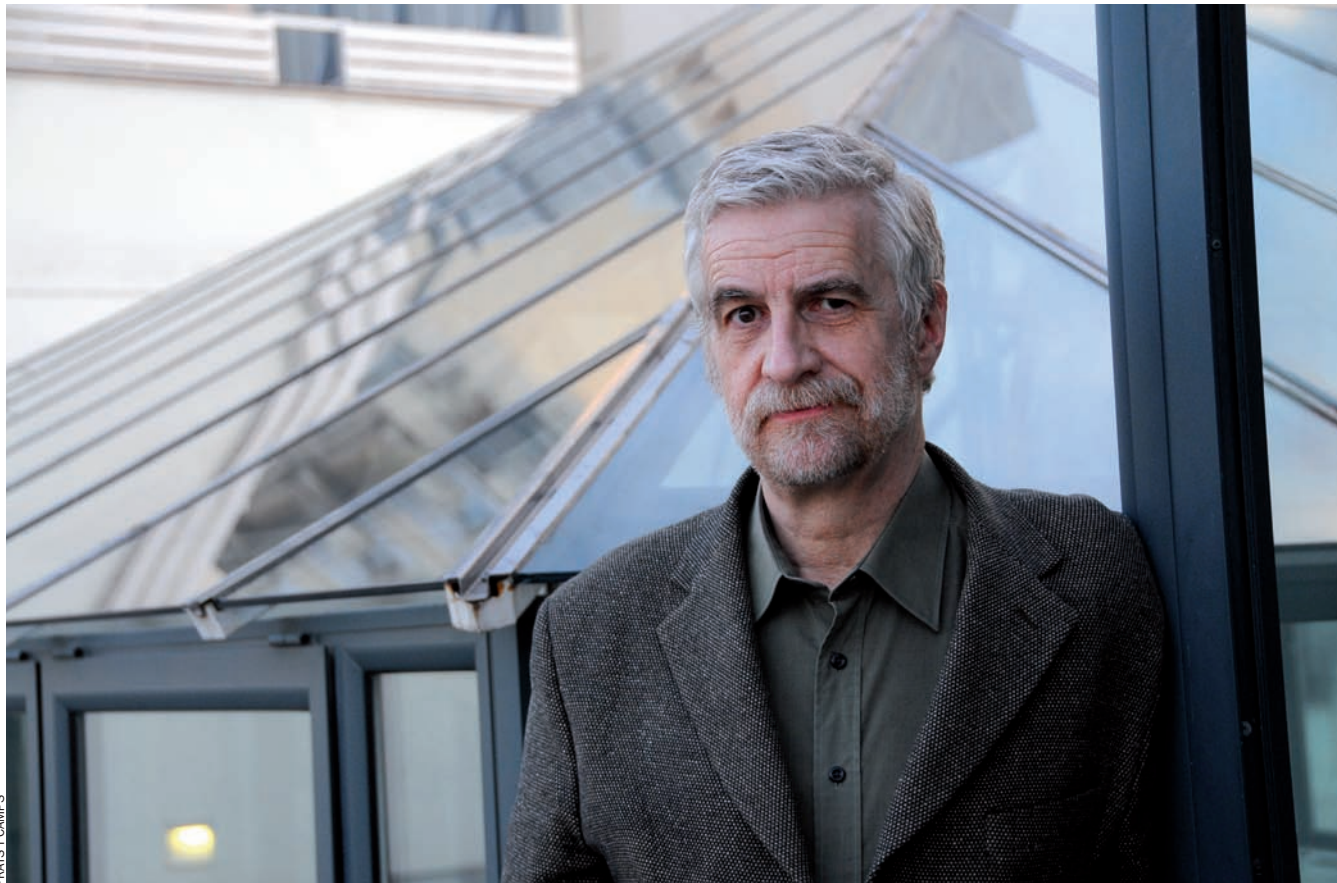
—Jo era comptable i tenia un gabinet propi. Fa cosa de vint anys va venir un empresari sense gaires diners a qui vam ajudar a engegar un projecte. Temps després va acudir de nou a nosaltres perquè hi havia una gran empresa distribuïdora que li demanava un milió de francs, és a dir, 1,3 milions d'euros, en canvi de res. Era el preu perquè el gran distribuïdor acceptara de vendre els seus productes! Després van venir més casos com aquell. El llibre arreplega allò que jo he vist amb els meus ulls.

—**Per què ha tingut tant d'èxit la gran distribució?**

—El primer gran magatzem de França, Le Clerq, va nàixer a la Bretanya, el 1949, després de la Segona Guerra Mundial. Durant la guerra, els ciutadans tenien dificultats d'aprovisionament. Aquell primer gran magatzem va abaixar els preus entre el 20% i el 60% respecte al comerç al detall, que aleshores era l'únic que hi havia. Molta gent hi acudia, malgrat que no era gaire gran. En només deu anys es van obrir 50 Le Clerq, perquè aquells supermercats responien a la necessitat de la gent de tenir consciència que podien disposar de béns. Els mitjans de comunicació en parlaven molt i la gent reclamava establiments d'aquesta mena als seus municipis.

—**Manteniu que hi ha una col·lusió entre el poder polític i la gran distribució.**

—Al principi hi havia una espècie d'acord tàcit entre polítics i grans superfícies. Perquè la gran distribució, amb els preus baixos, anima a consumir; com que es consumeix, les fàbriques funcionen; i si les fàbriques funcionen, es genera ocupació; i com que hi ha ocupació, la gent té diners i consumeix. I així és com aleshores es va generar creixement i es va reactivar l'economia. Per tot això, els polítics van afavorir el creixement d'aquest nou estil de consum. Després, s'han establert sistemes d'autorització d'implantació de grans superfícies i ací hi ha hagut una mena d'entesa entre la gran distribució i els polítics. Entre els anys 1975 i 1980, la implantació d'una gran superfície costava al voltant d'un milió d'euros. I al final de l'etapa de Mitterrand vam arribar a tres milions d'euros.



PRATS I CAMPS

“Quan comprem decidim quina mena de societat volem”

L'economista Christian Jacquiau (París, 1952) és autor del llibre 'Les coulisses de la grande distribution' ['Els secrets de la gran distribució'], que desgrana els costos socials d'un consum basat en grans superfícies. La setmana passada va ser a València, convidat per l'Institut del Territori.

—És una acusació molt greu.

—No és cap acusació, és una realitat. El fill del fundador dels Le Clerq ha confirmat en declaracions públiques que en una de cada dues implantacions ha hi hagut corrupció política. És una corrupció que no solament ha servit

per a l'enriquiment personal, sinó per al finançament dels partits. I tot això continua.

Siga com siga, ara volen tornar a reactivar l'economia per mitjà del consum. Això va ser vàlid el 1949. Però avui la major part de productes es produeixen

fora de casa, perquè la gran distribució ha trencat el lligam entre el consum, la producció i l'ocupació.

—Els supermercats simbolitzen la modernitat en el cap de molta gent.

—La gran distribució era moderna a la dècada dels 60, però ara ja no ho és. Avui, de quina modernitat parlem? D'haver-se de desplaçar amb cotxe per anar a comprar? Som a tocar d'una crisi petrolera: en quin sentit desplaçar-se amb cotxe pot ser modern? A més, és un servei cada vegada més deshumanitzat, en què la presència humana, el contacte, desapareix. Som a un punt de veure caixers on no hi haurà persones i un lector automàtic comptarà les coses que portem al carro i pagarem, sense necessitat d'intermediació.

—Potser sí, però els supermercats tenen avantatges per als consumidors: flexibilitat horària, preus baixos, disponibilitat de productes....

—És veritat que són oberts més hores. Però la resta és mentida. És mentida que els productes siguin més barats. Hi ha estudis que demostren que la fruita i la verdura són, en el 52% dels casos, més barates als comerços de proximitat que no pas a les grans superfícies. D'una altra banda, cal tenir en compte una cosa: quan es va obrir el primer supermercat, de cada quatre euros que pagava un consumidor per unes pomes, un euro anava a parar al pagès. Aleshores hi havia entre 10 i 12 intermediaris entre l'agricultor i el consumidor. Avui hi ha menys intermediaris i de cada quatre euros, només 40 cèntims arriben a l'agricultor. El 1949 hi havia cinc milions de pagesos i ara en queden 600.000. Cada minut, a Europa, un pagès abandona la terra.

—En la instal·lació d'aquests establiments se sol aduir, però, que creen ocupació.

—Hi ha un estudi de la cambra de comerç de París que es va fer amb motiu de la implantació d'una gran superfície. I es va observar que per cada lloc de feina que va crear la gran distribució, en van desaparèixer cinc en uns altres sectors. La gran distribució requereix ocupació femenina, a temps parcial. L'estratègia és fer treballar les dones soles i si és possible amb xiquets, perquè no tenen tanta capacitat reivindicativa. No és per atzar que trien aquest perfil.

—Què és la *recepta SBAM*, de què parlu al llibre?

—És la sigla de *somriure, bon dia, adéu i mercès*. La política d'empresa és que les caixeres han de parlar tan poc com siga possible amb el consumidor per no perdre temps. La bona treballadora és aquella que passa 22 articles per minut per la registradora. És l'únic contacte amb el client. Això és terrible!

—Dieu que "un quilo de tomates és com una papereta en una urna". Què voleu dir?

—Regularment som cridats a les urnes per elegir els representants polítics. Però nosaltres, cada dia, quan anem a comprar, podem triar quina mena de societat volem. Quan agafem un quilo de tomates podem optar per un model agrícola productivista, contaminant, intensiu



PRATS I CAMPS

i deshumanitzat; o bé defensar un model de ruralitat, una millor redistribució de la riquesa. Cada vegada que comprem, decidim quin model volem. El consumidor ha de jugar amb aquest poder.

—Però si els qui dominen el sistema no el fan canviar és molt difícil que les accions particulars, minúscules, ho canvien tot.

—Els polítics no diran res i els distribuïdors estan encantats. Per tant, si no fem el nostre paper estem perduts. A França, per exemple, funcionen prou bé els *amaps*...

—Què són els *amaps*?

—AMAP vol dir Associació per al Manteniment d'una Agricultura Pagesa. És una idea inspirada en els *teikai* japonesos. La idea va nàixer de les dones japoneses fa cosa de trenta anys, quan es van adonar que enverinaven els seus fills a causa dels pesticides i els productes químics que portaven la fruita i la verdura. Aleshores es van posar d'acord, van aplegar diners i els van portar a un pagès a qui van demanar que produïra productes sense química per a elles. La idea es va anar copiant i avui dia el 25% de les cases japoneses es proveeixen a través d'aquest sistema. La idea és prefinançar la producció per assegurar la feina dels pagesos. El sistema es va copiar després als Estats Units i el Canadà, i després a França. Amb aquest model no es llança res, al contrari que a l'agricultura productivista, on allò que fa mala cara és rebutjat. Avui ja hi ha 1.500 *amaps* a França.

—En alguns supermercats també s'hi pot trobar agricultura ecològica.

—Això no és del tot bo. La gran superfície no ha fet sinó apropiarse de l'agricultura ecològica, perquè ha detectat que hi ha demanda.

A l'agricultura biològica hi havia dues aproximacions: d'una banda, la que rebutjava els productes químics, pesticides...; d'una altra banda, una visió social: el manteniment de l'agricultura pròpia. I les grans superfícies importen productes biològics de països en via de desenvolupament. Aleshores, què és millor: un producte conreat a vint quilòmetres d'ací amb productes químics o un de conreat a 1.000 quilòmetres d'ací seguint el model ecològic? L'agricultura ecològica ha de ser necessàriament una agricultura de proximitat. I cal tenir en compte una cosa: quan s'importa un producte, es priva la població local d'aquell producte.

—Quines són les conseqüències per als països en via de desenvolupament?

—Allí s'hi fa una agricultura intensiva, en la qual no es fa rotació i no es respecta el medi. La gran distribució se'n va anant a països amb menys protecció social. I en aquests països les conseqüències són fins i tot pitjors que als nostres, perquè les empreses que donen servei a la gran distribució s'apropien dels recursos de subsistència dels ciutadans dels països del sud.

—Fins a quin punt la gran distribució determina la classe de societat on vivim?

—Completament. Té conseqüències, per exemple, en el comerç local. A França hi ha 35.000 municipis. Avui 18.000 no tenen ni un sol comerç de proximitat. I a la resta, són en camí de desaparèixer. El resultat són menys treballadors, menys agricultors, menys empreses, menys distribució salarial, menys cotitzacions. Anem cap al model americà. Hi ha un símil que ho explica molt bé: imagineu-vos un rellotge de sorra. En una meitat hi ha 70.000 empreses proveïdores i 300.000 explotacions agrícoles. A l'altre costat hi ha 62 milions de consumidors. I enmig, sis centrals de compra que controlen i decideixen quant paguen.

Violeta Tena