

Reble



Butlletí informatiu, divulgatiu i d'opinió de
l'Associació Cultural L'Espona

Núm. 72 abril-maig 2013

Edita: Associació Cultural L'Espona
Adreça: C/ Escoles, 5
43370 La Palma d'Ebre
e-mail: espona@associaciolespona.cat
web: www.associaciolespona.cat

Editorial

En una època caracteritzada per les retallades i l'austeritat, resulta si més no xocant que la lluita contra els paradisos fiscals no sigui una prioritat de primer ordre per part dels governs. No obstant això, un equip de 86 periodistes de 46 països han investigat durant 15 mesos alguns d'aquests llocs on els multimilionaris poden dipositar bona part de les seves fortunes sense gairebé pagar impostos. Entre els mitjans que han donat suport a aquesta tasca, en trobem de tan prestigiosos com els britànics *The Guardian* i la *BBC*, el francès *Le Monde* o el nord-americà *The Washington Post*.

El més significatiu d'aquesta investigació ha estat descobrir el nom de 120.000 empreses i 130.000 persones físiques de tot el món, que han evadit grans capitals a llocs com les illes Verges Britàniques o bé les illes Cook, tot fugint de la fiscalitat dels seus països respectius. D'aquesta manera, en fer-se pública aquesta informació, els principis d'opacitat i discrecionalitat que caracteritzen els paradisos fiscals queden desactivats.

Fins ara, el preu de la crisi només l'han pagat les classes baixes i mitjanes. Ja seria hora que els sectors socials que concentren més riquesa compleixin les seves obligacions fiscals. Però perquè així sigui les lleis dels estats i la normativa internacional sobre els paradisos fiscals ha de canviar urgentment.

Activitats

-Del 19 d'abril al 28 d'abril, Setmana Medieval de la Llegenda de Sant Jordi a Montblanc, una festa àmpliament coneguda que cada any dedica tota una setmana a celebrar una gran varietat d'actes centrats en la vida medieval i en la figura del patró de Catalunya. Durant tota la setmana hi ha una àmplia oferta d'activitats, com mercats medievals, mostra d'oficis, mercat de vins i caves... El dia 23, diada de Sant Jordi, a les 19h, a la Muralla de St. Francesc, el cavaller entregarà la rosa a la princesa, amb l'actuació del ball de banderes. Més info.: www.setmanamedieval.org

-Dissabte 20 d'abril, Concert de Sant Jordi amb la Banda de Música de la Unió Filharmònica, a les 22h. Lloc: Auditori de la Fila. Amposta.

-Del 27 al 29 d'abril: Festa Major en honor a Santa Caterina. La Palma d'Ebre.

-Diumenge 12 de maig: Excursió "Encants naturals de Montsant". En aquesta activitat es proposa gaudir d'alguns dels paratges captivadors d'aquest entorn durant la primavera. Durada: de les 9.30h a les 16.30h. Distància: 14km. Població de trobada: Ulldemolins. Preu: 15€. Cal portar esmorzar, dinar i aigua. Més info: www.catalunyasud.net

-Dia 15 de maig: Festivitat de Sant Isidre, patró dels pagesos. La Palma d'Ebre.

L'OLI QUE PRODUÏM. QUÈ ENS QUEDA PER FER.

Tinc un amic que viu a Londres, que, coneixedor de la meua afició a la pagesia i en concret al cultiu de l'oliver, em va passar informació sobre el mercat de l'oli a UK, treta de la seua experiència i, sobretot, un informe publicat per l'ambaixada espanyola que podreu trobar a la xarxa penjat a la WEB de l'Institut Espanyol de Comerç exterior. L'informe es titula: *El mercado del aceite de oliva en el Reino Unido*.

D'informació tant interessant com aquesta n'hi ha pels mercats més importants on el nostre producte té presència, però ja que de moment m'he llegit aquest i compto amb informació de primera mà, aprofito per fer unes reflexions particulars sobre aquest mercat, i també sobre les condicions generals de comercialització, que, des de la meua manera de veure, afecta el nostre producte estrella:

- L'oli verge, verge extra, i ecològic (aquest darrer el que presenta els índex de creixement més interessants) està en procés de convertir-se en un producte bàsic, associat el seu consum a una dieta saludable. El seu consum augmenta de manera sostinguda, i això no té marxa enrere. S'ha d'aprofitar aquest potencial.

- Espanya és líder en el mercat, seguit per Itàlia, exportador al qual ha desbancat, però que continua com el millor posicionat a nivell de marques. Això fa que encara que Espanya sigui el principal proveïdor, l'oli d'oliva s'associa amb la idea d'Itàlia.

S'ha d'observar que, a nivell de proveïdors, el primer és Espanya, amb una quota a 2011 d'un 52,6% (al 2007 era d'un 27,2%); segon, Itàlia amb un 20,6% (al 2007 era el 17,1%). Al cinquè lloc hi trobem a Grècia, amb un 1,56%. Aquesta dada sobre la pobra capacitat exportadora a tercers mercats d'aquest país fa reflexionar.

- Però el que més fa reflexionar és que països que no produeixen oli en siguin també proveïdors: Alemanya, el tercer amb 2,33%; Bèlgica, el quart, amb un 1,7%, però també Holanda i Irlanda, el 7è i 8è respectivament. El mateix Regne Unit reexporta un 2,1 del que importa (unes 5000 tones al 2011)

Treballs com aquest haurien de ser manuals bàsics per als gestors comercials del nostre producte. El pagès produeix tan bé com sap i deixa la gestió comercial a experts que sembla que fluixegen. Només quatre reflexions en aquest espai limitat:

1. Hi ha molt mercat a l'abast d'un producte de primera qualitat mundial, només produïble en condicions climatològiques de molta temperança. Hi ha encara molt a fer de cara a l'educació dels futurs consumidors. Potser hem de passar de promocionar el nostre producte en les fires locals a ser més atrevits de cara a l'exterior.

2. L'estratègia dels distribuïdors per posicionar un producte com a estrella és posar-li un preu excessiu. Aquesta pràctica ens perjudica. El valor afegit queda en mans del distribuïdor final (el marge comercial aplicat a l'oli d'oliva al Regne Unit va del 35 al 50%, mentre que al de gira-sol se n'hi aplica des del 10 al 15%). Està clar que el mercat el dominen els grans distribuïdors, però, encara que poc rellevant, cada vegada és més freqüent el contacte directe entre el productor i el comerciant final.

3. Abans de negar possibilitats més atractives en base a tòpics, hem de tindre en compte que un cobrament garantit per exportació ofert per moltes entitats bancàries, hauria de rondar el 0.5% del valor contractat, i que transportar un quilo d'oli al Regne Unit hauria de rondar els 0,3 ct. per litre.

4. No podem controlar la producció, però hauríem de fer el possible per situar i adinerar el que produïm. Sempre hem de tindre present que fem el millor producte del mercat.

Francesc Filella

*Historiador i president de L'Associació Cultural
L'Espona*

Si voleu participar-hi *posant Reble* ens podeu fer arribar els vostres articles:

- Posant-vos en contacte amb qualsevol membre de la junta.
- Per correu ordinari o per correu electrònic.

Els articles hauran de ser en català, preferiblement en format digital, mecanografiats a espai senzill, lletra Arial 10 i en programa Word, i hauran de tindre una extensió màxima d'una pàgina.

*L'Espona no es
fa responsable
de les opinions
expressades en
l'article.*