

Solidaritat consumista

Text > TEIA BASTONS

Il·lustració > MARC VICENS

Aprendre a valorar el que tenim més a prop és una de les lliçons que ens ha deixat la pandèmia que vivim des de fa més d'un any. I ho demostra el fet que el consum de productes d'alimentació locals i la compra en botigues de proximitat hagi augmentat un 20 %. Un augment que s'atribueix en part a la COVID-19 per un tema de seguretat, és cert, però que principalment és el resultat de la decisió dels consumidors d'ajudar els productors i els comerços locals i així salvar l'economia de l'entorn. Això constata l'estudi encarregat pel Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació al Centre de Recerca en Economia i Desenvolupament Agroalimentari i a l'Institut de Recerca i Tecnologia Agroalimentàries. Qui més qui menys ha descobert els últims mesos aquell pagès de l'Empordà a qui ha acabat comprant fruita i verdura que encara tenia cargols entre les fulles; o aquell altre petit productor de formatges de la Vall de Llémena que no sabia ni que existia, tot i tenir-lo a tocar de casa, o aquell altre del Ripollès que comercialitza una carn de xai que hi canten els àngels. No ens confonguem, amb això no hi ha cap intenció de voler trobar una part positiva a tot el que està passant. Però ens agradi o no, la realitat és que els últims mesos els consumidors hem canviat els hàbits de consum i de compra. Una demanda més gran de productes de proximitat, sans i sostenibles que ja havia començat fa temps i que ara s'ha intensificat sota la consigna que cal salvar el comerç del barri. Una conseqüència d'aquesta tendència és la proliferació de petits establiments d'alimenta-

ció que sovint semblen més botigues de luxe que de fruita i verdura, tant per la decoració com pel preu de la mercaderia. I aquesta és l'altra cara de moneda: com es poden

compatibilitzar els comerços de productes de qualitat i locals amb les possibilitats econòmiques dels consumidors. «No em puc permetre comprar a les botigues del poble», explicava l'empleada d'un petit negoci referint-se al fet que els preus estaven per sobre de les seves possibilitats, i que no tenia més remei que anar a comprar a aquella gran superfície fora del municipi. Perquè hi ha una realitat dura, la de la crisi, la de la pèrdua d'ingressos. Només cal recordar que l'economia gironina va caure un 14,2 % el 2020, la caiguda més alta de Catalunya, i que s'hi van perdre més de vint mil llocs de treball. I aquesta trista realitat es pot traduir en un descens de la despesa en la cistella de la compra que de retruc pot

aturar l'auge pel consum local. Però siguem optimistes i confiem que aquesta mena de solidaritat que ha despertat la pandèmia a favor dels productes i els comerços de proximitat sigui duradora.

Altres impactes

L'impacte de la COVID-19 no s'ha notat només en el canvi d'hàbits de compra i consum de productes alimentaris. Els estudis sobre la distribució dels aliments destaquen que l'eufòria per la compra de proximitat s'ha traduït en el fet que el petit comerç de barri ha registrat un augment de la quota de mercat després d'anys de pèrdua. I també en un auge del comerç d'alimentació per Internet, que, tot i que té una quota de mercat molt minsa, del 2,6 %, en comparació amb l'1,8 % d'abans de la pandèmia, està imparabile en tots els perfils d'edat de la població.



Els últims mesos els consumidors hem canviat els hàbits de consum i de compra. Hi ha una demanda més gran de productes de proximitat, sans i sostenibles que ja havia començat fa temps.