

«Barcelona: Alentar la producción local para el mercado local; alentar al mercado local para la producción local»

No son muchas las zonas de producción florícola en el mundo con la posibilidad de contar con su propio mercado local. Y, viceversa, tampoco son muchos los mercados locales con la posibilidad de contar con su propia zona de producción. Ciertamente, es ésta la circunstancia actual en Barcelona. Y sería absurdamente carente de sentido común, el subestimar esta fabulosa y casi única oportunidad.

¿Qué implica el «alentar la producción local para el mercado local?»

1º- Definir los tipos de flores, cantidades repartidas a lo largo del año, calidades y presentación, receptivas para dicho mercado.

2º- Definir las infraestructuras de producción y comercialización que respondan a las exigencias planteadas en el punto 1º

3º- Implementar una comisión intersectorial que estudie y defina las cuestiones referidas en los puntos 1º y 2º.

4º- Disponer de floricultores convencidos, de asesoramiento técnico para el cultivo y de profesionales para la comercialización.

¿Qué implica el «alentar al mercado local para la producción local?»

1º- Acercar la flor al consumidor final, multiplicando y diversificando los puntos de venta.

2º- Implementar campa-

ñas publicitarias de diversa índole de cara al consumidor final.

3º- Estimular al comerciante mayorista y minorista para que utilice la flor de producción local, mediante ingeniosos mecanismos de promoción.

Las importaciones de flor cortada de Colombia, Kenya, Turquía, Israel, Holanda, Estados Unidos, Costa Rica, tienen una razón principalísima, de mucho mayor alcance que precios ventajosos y calidades indiscutibles: «EN ESPAÑA, HOY, FALTA FLOR». Y Barcelona, y su área de influencia, no escapan a esta razón.

No todas las flores son importables. No todas son capaces de viajar en condiciones. No todas son inmunes a alteraciones en el cambio de la peseta. No todas son invulnerables a subidas en los fletes aéreos. No todas son invisibles a cupos. **Qué digo «no todas»;ninguna!**

Tenemos mercado local al que incitar y servir. Tenemos infraestructura productiva a la que mejorar y exprimir. Tenemos comerciantes a los que dinamizar y transparentar. Tenemos y no tenemos. Pero eso sí, bien ejercemos la tentación de la especulación inmobiliaria...

Tenemos mercado local al que incitar y servir. Tenemos infraestructura productiva a la que mejorar y exprimir. Tenemos comerciantes a los que dinamizar y transparentar. Tenemos y no tenemos. Pero eso sí, bien ejercemos la tentación de la especulación inmobiliaria.



CLAUDIO LIJALAD