

Xavier Ticó, director general de la Fira de Lleida: "La reducció del consum de fruita és un problema que uneix el sector"

L 1 de març d'enguany, Xavier Ticó, economista de 31 anys d'edat, es convertia en el director general més jove de la Fira de Lleida, en substitució d'Enric Segarra, que l'havia dirigida durant un període de dos anys (després, l'alcalde Antoni Siurana i el president de la Cambra de Comerç, Joan Simó –presidents del consell directiu i del consell executiu de la Fira, respectivament– li van retirar la confiança per causa d'una mala situació econòmica).

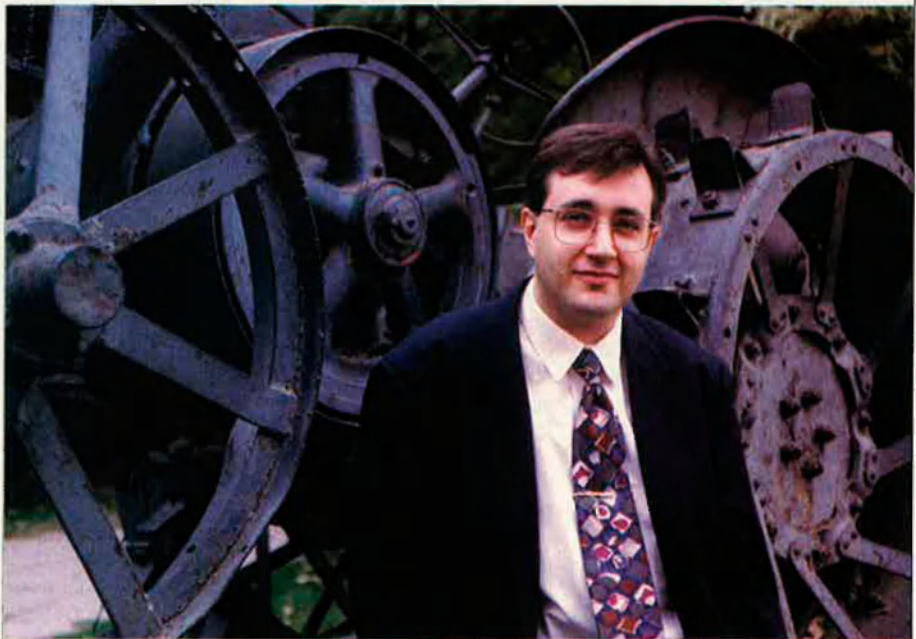
Ticó, amb un currículum curt, però estel·lar –departament d'Economia de la Facultat de Dret de Lleida; tècnic de comerç exterior a la Cambra de Comerç de Lleida; gerent de la Confederació d'Organitzacions Empresariales de Lleida i tècnic durant dos anys i mig a la secretaria general del Ministeri d'Indústria, ara també de Comerç i Turisme–, no representa la continuïtat: "És una designació de consens, en un moment de crisi en què cal, més que mai, unir esforços i anar tots plegats, cosa que feia temps que no es veia. Estic en una situació còmoda de treball, perquè tinc la plena confiança de tothom".

—Com és una Fira en temps de crisi?

—Enguany tenim menys metres quadrats, però més expositors, fet que demostra que l'interès no ha minvat.

—Què en destacaria, bàsicament?

—Potser, entre moltes altres coses, la novetat principal és la Mostra Fructícola, amb 150 varietats que provenen dels camps experimentals de la zona frutera de Lleida. Cal destacar dues coses: la recuperació d'una presència física important a la Fira, i que es tracta d'una iniciativa conjunta de cara a la promoció. Té un doble aspecte: popular –passar i veure fruita–; i tècnic, assessorar el pagès. El tema clau és que no es pot recomanar una varietat per a tothom; cal especificar de quina zona vénen, quines condicions té el teu terreny i quina és l'època de maduració. D'altra banda, hi haurà activitats de reforç a la promoció: estand de venda al públic i una organització estatal de cooperatives que forma part d'un programa europeu de promoció de la poma. Hi ha un problema que uneix el sector: la reducció del consum de fruita. La gent cada volta tira més als productes competitiu: iogurts, gelats, flams..., amb una promoció més agressiva. Cal fer conèixer de nou el que té de bo la fruita.



Xavier Ticó és, amb 31 anys, el director general més jove que ha tingut la Fira de Lleida.

CARME PUÉRTOLAS

—La Mostra Fructícola neix per contrarestar la gran presència de productes estrangers d'edicions anteriors?

—No n'és el punt més important, però sí un factor a tenir en compte. Fa un parell d'anys, va haver-hi una mostra de fruita italiana que va causar un gran impacte, perquè era com si portessis la competència a casa, i fou molt criticada. Jo crec que la iniciativa, com a tal, és bona; estem en un mercat obert i per tant competitiu; cal estar al dia, i en aquest sentit la Fira va fer de capdavantera, però es va dir que la Fira servia més per a introduir el producte de fora, que no pas per a promoure la nostra fruita.

—Per Sant Miquel, un dels moments més forts de la collita, és una bona data per a la promoció?

—Crec que hi ha una tradició tan arrelada en les dates de la Fira de Sant Miquel que no es pot canviar. Se'n pot canviar l'orientació, els sectors presents –potser ara no és la millor època per als fertilitzants, insecticides, etc.–; però canviar-la en bloc seria contraproductiu. És el concepte tradicional de fira allò que fa fallida; és un moment de transició cap a un altre model. Totes les activitats representen un nivell de despeses molt elevat; caldria concentrar les activitats.

—El problema, és de concentració o d'especialització?

—La primera cosa que hem de tenir

clara és l'objectiu. Si són els contactes comercials, llavors les dates no són les més idònies, perquè la campanya comença al juny-juliol, i és llavors que s'han de fer. Però tinc els meus dubtes que es necessiti una fira tradicional; els contactes es poden fer pels passadissos, en unes jornades en què es discuteixin els temes que realment preocupen... Un problema important, si ens volem especialitzar és la producció, concentrada en tres productes: poma, pera i préssec. Això fa que un producte limitat a una època limitada de l'any no sigui prou atractiu perquè els compradors estrangers vinguin.

—Pel que fa a la fruita espanyola, l'adhesió al Mercat Comú no es produirà fins al 96. S'hauria d'avançar aquesta data?

—Ja fa dies que des de fora poden entrar productes amb tota tranquil·litat; si de cas, qui té traves per a sortir, som nosaltres. Des d'aquest punt de vista, crec que s'hauria de liberalitzar totalment. El que és clau és de fer una campanya de promoció dels productes autòctons per conscienciar la gent. Tenim encara la imatge que tot el que ve de fora és millor, i no és cert. Així, la cosa va cada cop pitjor. Si demanem productes nostres, arribarà un moment que els botiguers ja no en portaran de fora.

J. M.