

## ELS PREUS EN EL SECTOR LACTI DE CATALUNYA: EXISTEIXEN RISCOS PER A LA COMPETÈNCIA?

### AUTORITAT CATALANA DE LA COMPETÈNCIA

#### **El resum que en fem és el següent:**

Partint del fet de l'existència d'un fort desequilibri en el poder negociador de les parts de la cadena agroalimentària, s'estudien si realment hi ha pràctiques que generen descompensació en els preus de les diferents parts del sector lleter.

La situació de preus de llet crua i envasada a França i Catalunya, que en els últims anys han estat més alts a França, podria ser atribuïda a factors estructurals i conjunturals relacionats amb la pròpia idiosincràsia dels mercats. No obstant això, l'estudi es planteja si aquesta diferència de preus, desfavorable al preu de la llet a Catalunya, és anormalment baixa a causa de situacions no suficientment competitives.

De fet, segons s'hi explica, en els darrers anys la quota de mercat de les marques blanques del distribuïdors s'ha disparat fins a valors superiors al 50% del mercat i la utilització de la llet com a producte reclam és un fet. I això, sens dubte, pressiona el preu de la llet a la baixa, principalment al ramaders.

Es fa ressò que hi pugui existir un repartiment del mercat de compra i recollida de llet crua entre les empreses transformadores, provocant que el ramader tingui dificultats per canviar de comprador. Tot i així, la normativa no preveu que la negativa a recollir la llet crua pugui estar relacionada amb conductes restrictives de la competència.

El fet és que aquest repartiment deixa en una situació financera molt complicada als ramaders en no obtenir ingressos per una producció de llet crua que no poden aturar.

S'analitza també la posició del transformador que, tot i estar més concentrat que el productor, es troba en una situació desavantajosa davant de les principals empreses de distribució minorista. La qual cosa fa que existeixi un fort desequilibri en el mercat de venda de llet líquida i productes làctics a favor de la distribució minorista. I les MDD fan que la balança s'inclini a favor del distribuïdor, millorant els seus marges econòmics, o en cas que no sí que milloren la posició negociadora, així com l'efecte de fidelització del consumidor. Tot això farà que la part productora se'n ressenti.

Per últim es fa un repàs de la nova normativa orientada a millorar la posició negociadora dels productors a partir de la creació d'organitzacions de productors, amb tot lo relatiu als contractes.