

ENTREVISTA

¿Quién es el jefe?

En realidad, no debería haber jefes sobre aquello que consumimos o, mejor dicho, los jefes deberíamos ser todos y cada uno de nosotros. Es algo que intento transmitir a las generaciones futuras, como las de mis hijos. Que tenemos un poder de decisión mucho mayor del que imaginamos.

Por eso impulsa en España esta plataforma de consumidores que a la vez es una marca de alimentos. ¿Cómo surgió esta iniciativa?

Tuve la oportunidad de conocerla en Francia y quedé fascinada. Surgió en 2016, fundada por Nicholas Chabanne, a raíz de la necesidad del sector lácteo francés de superar las dificultades que atravesaban hace unos años. Se les ocurrió que, puesto que la mejor forma de saber lo que consumimos es controlar el proceso de producción desde el origen, lo más adecuado era plantear un cuestionario en el que el consumidor pudiera decidir las características del producto, la remuneración del ganadero... A la vez que se contesta el cuestionario, se ve el impacto económico sobre el producto y la generación del precio del producto en tiempo real de acuerdo con esas condiciones.

Hablan de que es necesario un cambio de paradigma. ¿Cuál debe ser ese cambio?

Pasa por el empoderamiento del consumidor para que pueda recuperar un cierto diálogo con los productores y tener un papel más determinante, obviamente de manera colectiva. Poder comprar leche o huevos que yo misma he votado al precio que yo he determinado y sabiendo a dónde va cada céntimo es un cambio esencial.

¿Qué hay que hacer para pertenecer a su plataforma?

Hay que entrar en www.lamarca-delosconsumidores.es. Allí, tras votar la configuración de los productos, pueden implicarse en acciones que, por pequeñas que sean, son importantes. Pueden visitar las granjas, acudir a puntos de venta... También somos quienes buscamos a los productores que puedan cumplir con los criterios y facilitar el suministro, aunque ahora cada vez más productores quieren adherirse a esta iniciativa.

¿En que situación está esta iniciativa en España?



Annaïck Locqueneux, en Zaragoza, con productos de la marca '¿Quién es el jefe?'. TONI GALÁN

Annaïck Locqueneux

«Debemos dejar de ser consumidores para ser 'consumactores'»

Annaïck Locqueneux dio a conocer su iniciativa, la marca '¿Quién es el jefe?' en la jornada 'Los retos de la economía circular' organizada en Zaragoza

En España se están estableciendo los productos sobre los que queremos decidir. Nos planteamos qué tres productos: son leche, huevos y aceite de oliva, cuyo cuestionario está en nuestra página web. Estamos elaborando los cuestionarios, personalizados para los consumidores españoles, que tienen características diferentes a los franceses. Queremos recuperar ese diálogo que se ha perdido entre los consumidores y los productores. Hace un año nos decían que hacer esto era imposible,

pero ¿por qué no pensar como consumidores que podemos llevar a cabo un consumo más responsable e inteligente?

¿Cuántos usuarios de su red hay en España?

En España se han registrado 8.000 votaciones de producto, pero es difícil de cuantificar el número de consumidores porque no todos los consumidores de nuestros productos han votado en las encuestas. Lo que es incuestionable es que nuestra red está creciendo constantemente. En Francia solo

PERFIL

Annaïck Locqueneux (Perpiñán, Francia, 1967). Vino a España como estudiante del programa Erasmus «para seis meses», pero lleva 25 años en nuestro país. Licenciada en Empresariales, ha pasado por diversas empresas de los sectores del gran consumo, hostelería... En los últimos seis años ha desarrollado su profesión en dos ONG como son Ayuda en Acción y Save the Children. Desde hace un año impulsa en España la marca '¿Quién es el jefe?'.

ha habido 5.000 votaciones, pero hay gente que ha visto el producto, que le ha gustado la iniciativa y le gusta y consume el producto.

¿Cómo controlan que los productos cumplen con los criterios establecidos por los usuarios?

En los envases de los productos de '¿Quién es el jefe?' aparecen todos los criterios votados. Además, los consumidores pueden acudir a las explotaciones para comprobar que se cumplen los criterios. Existe un 'control moral' por parte de los consumidores. Queremos llevar a cabo una certificación de control sanitario por una empresa externa.

¿Dónde se pueden adquirir sus productos?

Por ahora se pueden adquirir en algunas tiendas pequeñas y en los supermercados de la cadena Carrefour, que nos ha abierto un canal de venta.

¿Somos los consumidores conscientes de nuestra influencia?

Todavía no, pero tenemos una gran capacidad, sobre todo si nos organizamos. Cuando compramos, en cierto modo decidimos, y si los establecimientos detectan que un producto se demanda más que otros, lo van a ofrecer en mayor cantidad. En Francia se han vendido más de 100 millones de litros de leche elegida por los consumidores en dos años y medio. Podemos ser no solo consumidores sino 'consumactores', es decir, actores y decisores de nuestros consumos.

ALEJANDRO ROYO



Cambia a **Caja Rural de Teruel**

...nosotros nos encargamos de todas las gestiones, sin que tengas que ir a tu antigua entidad.

Te ofrecemos trato personalizado y cercano.

Conseguirás rentabilidad para tus ahorros.

Dispondrás de asesoramiento por profesionales de confianza.

