



Venda de Proximitat





Carmel Mòdol Bresolí

Secretari d'Alimentació

Les mesures de confinament han accelerat els canvis d'hàbits alimentaris a Catalunya. Han augmentat les compres als comerços locals i de productes de proximitat.

El règim d'acreditació de la Venda de Proximitat a Catalunya es va regular amb l'entrada en vigor del Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la Venda de Proximitat de productes agroalimentaris. Aquest sistema d'acreditació voluntària respon a la demanda creixent del sector productor agrari de Catalunya d'obtenir un reconeixement específic per part de l'Administració de la realització de la Venda de Proximitat dels productes agroalimentaris als consumidors finals.

Gràcies a la feina feta durant els darrers 8 anys, i aquest any 2021, a causa de l'emergència provocada per la COVID-19, s'ha posat encara més en valor el sector agroalimentari i el producte de proximitat com a producte de qualitat, sa, sostenible i de preu just. Les mesures de confinament han accelerat els canvis d'hàbits alimentaris a Catalunya i han augmentat les compres als comerços locals i de productes de proximitat. Segons dades de Kantar, arran de la crisi, aproximadament un 33% dels consumidors manifesta que comprarà més productes de marques socialment responsables.

Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (DACC), d'acord amb la seva política alimentària de país,

basada en un sistema alimentari sostenible, transformador i just, duu a terme diferents actuacions en aquest àmbit, com el Benvinguts a pagès, i el web Gastroteca. A més, s'ha engegat una nova campanya institucional per posar en valor el producte de proximitat, el sector primari català i la feina de pagesos, ramaders i pescadors, i conscienciar que el primer sector és un element clau en la sostenibilitat del nostre territori. El que es vol aconseguir és mantenir aquest augment de consum de productes catalans i de proximitat causat per la COVID-19, augmentar el nombre de famílies que aposten pels productes de proximitat i que la població prengui consciència sobre el lloc de procedència d'allò que menja.

En aquest *Dossier Tècnic*, podreu trobar l'origen sobre l'acreditació de la Venda de Proximitat a Catalunya, com es regula i com aplicar-la. També hi podreu trobar un petit resum de la "Guia de Venda de Proximitat" i una anàlisi de la implementació i l'impacte que ha tingut el segell en el sector agroalimentari català, el territori i la societat. S'ha descrit el paper dinamitzador de les diferents Associacions d'Empresaris Productors de Venda de Proximitat. Es presenten també dues experiències d'èxit que han adoptat el segell de Venda de Proximitat com a carta de presentació d'una pagesia agrupada i compromesa amb el seu territori.

Finalment, s'ha inclòs un article sobre el projecte Tr3s local, Programa Interreg POCTEFA 2014-2021, que ha tingut com a objectiu promoure la venda de productes de proximitat. Podreu llegir-ne les actuacions que s'han dut a terme durant els 3 anys i 3 mesos que ha durat el projecte i els objectius assolits.

El *Dossier* acaba amb l'entrevista a Llorenç Llop, productor i elaborador agroalimentari i president de la Federació de Productors de la Venda de Proximitat a Catalunya.

M'agradaria acabar agraït la col·laboració de tots els professionals que han participat en la redacció d'aquest *Dossier Tècnic*. Espero que la informació sigui del vostre interès.

Dossier Tècnic. Núm. 112

Venda de Proximitat.
Setembre 2021.

Edició

Direcció General d'Empreses
Agroalimentàries, Qualitat i Gastronomia.

Consell de Redacció

Carmel Mòdol Bresolí, Jaume Sió Torres, Joan Godia Tresàncez, Maria Glòria Cugat Pujol, Neus Ferrer Gracia, Mercè Soler Barrasús, Enric Vadell Guiral, Jordi Ruiz Olmo, Rosario Allué Puyuelo, Laura Dalmau Pol, Valentí Marco Sanz, Antoni Enjuanes Puyol, Maria Josep de Ribot Porta, Joan S. Minguet Pla, Mireia Medina Sala, Rosa Cubel Muñoz.

Coordinació i producció

Maria Josep de Ribot Porta, Imma Malet Prat, Annabel Teixidó Martínez i Anna Corney Riera.

Correcció i assessorament lingüístic

Lluís Piqueres Pla.

Grafisme i maquetació

Carlos Guzmán Lorente.

Impressió

EADOP

Dipòsit legal

B-16786-05.
ISSN: 1699-5465.

El contingut dels articles és responsabilitat dels/de les autors/es. DOSSIER TÈCNIC no s'hi identifica necessàriament. S'autoritza la reproducció total o parcial dels articles citant-ne la font i l'autoria.

Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural.

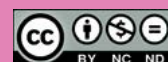
Gran Via de les Corts Catalanes,
612-614. 08007 - Barcelona.

Més recursos, enllaços i versió electrònica:

<https://ruralcat.gencat.cat>
<http://agricultura.gencat.cat/>
e-mail: sia.daam@gencat.cat

Portada:

Autor: Carlos Guzmán Lorente.



LA VENDA DE PROXIMITAT a Catalunya



Peres de Venda de Proximitat. Foto: DACC.



Sucs de fruita de Venda de Proximitat. Foto: DACC



Distintiu de la Venda de Proximitat directa. Font: DACC.



Distintiu de la Venda de Proximitat en circuit curt. Font: DACC.

01. Introducció

El Decret 24/2013, de 8 de gener, publicat al Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya amb data 10 de gener, sobre l'acreditació de la Venda de Proximitat de productes agroalimentaris, es va publicar l'any 2013 i es va modificar l'any 2019 pel Decret 254/2019, de 3 de desembre. Aquest Decret regula la comercialització dels productes agraris i agroalimentaris basada en un model europeu de cadena curta, amb el qual l'Administració vol emparar aquestes produccions i identificar-les clarament amb un logotip.

La Venda de Proximitat és l'única regulació que hi ha en aquest àmbit, ja que la resta de distintius són iniciatives privades, com pot ser el "Km.0", "Fet a casa" o "Pagesia a casa".

02. Origen

Fins a arribar a l'actual Decret sobre l'acreditació de la Venda de Proximitat, hi ha hagut un llarg camí. En aquest article, intentarem donar una visió general de com ha evolucionat fins al moment actual.

El punt de partida, el trobem, d'una banda, en l'àmbit de la nostra Administració, ja que la Llei 18/2001, de 31 de desembre, d'orientació agrària, assenyalava com a línies d'actuació de les polítiques agràries la prioritització d'iniciatives de foment de la transformació agroindustrial que comportin més participació de les persones productores en els valors afegits dels productes i el foment de la millora de les condicions en què es fan la transformació i la comercialització agroalimentàries. Paral·lelament, la Llei estatal 19/1995, de 4 de juliol, de mo-

dernització de les explotacions agràries, defineix com a activitat agrària la venda directa de la producció pròpia a l'explotació mateixa, en mercats municipals i en llocs que no siguin establiments comercials permanents. Aquesta venda té un caràcter civil i no mercantil.

I, d'altra banda, en l'àmbit del propi sector, i a conseqüència del Congrés del Món Rural de l'any 2006, es crea la Fundació del Món Rural que, entre altres coses, coordina el grup de treball de Petits Establiments Agroalimentaris, que és d'on sorgeix el concepte de "venda en circuit curt", i a començaments de l'any 2010 eleva les seves propostes als grups parlamentaris per regular-la.

És així com el Parlament de Catalunya, en la sessió plenària del 14 d'abril de 2010, insta el Govern, entre altres coses, a persistir en la promoció i la diferenciació dels productes agroali-

El Parlament insta el Govern a fomentar l'impuls de sistemes i canals de venda que permetin escurçar la distància entre productors i consumidors.

mentaris catalans amb distintius d'origen i qualitat; a intensificar les campanyes d'informació als consumidors per afavorir el comerç de proximitat i el de productes amb distintiu de qualitat, creant estructures i associacions de comercialització que concentrin i donin més força a l'oferta; a fomentar l'impuls de sistemes i canals de venda que permetin escurçar la distància entre productors i consumidors, prioritant la venda directa als consumidors; i a promoure el consum d'aliments frescos i la identificació de produccions alimentàries artesanals, potenciant i evidenciant els conceptes de proximitat i sostenibilitat.

03. Decret 24/2013

Així, finalment, es publica en el DOGC el Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la Venda de Proximitat de productes agroalimentaris. S'hi regula per primer cop en tot l'àmbit europeu la Venda de Proximitat de manera acreditada, amb l'objectiu de donar la possibilitat al productor d'aconseguir un increment del valor afegit del seu producte, alhora que es potencia un coneixement i reconeixement del territori, dels productes i de la feina feta per pagesos i ramaders catalans.

D'acord amb el Decret, la Venda de Proximitat és la venda de produc-

tes agroalimentaris, procedents de la terra o de la ramaderia i/o resultants d'un procés d'elaboració o de transformació, que es realitza en favor dels consumidors finals, directament o mitjançant la intervenció d'un establiment intermediari, per part dels productors o les agrupacions de productors.

És una regulació basada en el nombre d'intermediaris entre el productor i consumidor i no en els kilòmetres que els separen.

Dins la Venda de Proximitat, diferenciem dos tipus: la venda directa (sense que hi intervingui cap intermediari) i la venda en circuit curt (hi pot haver com a màxim un intermediari).

La Venda de Proximitat, la fan el productor o l'agrupació de productors agroalimentaris en favor del consumidor final, amb la intervenció d'un establiment intermediari o sense.

Els productes agroalimentaris comercialitzats han de ser de producció i/o elaboració pròpies.

Els productes agroalimentaris d'elaboració pròpia s'han d'elaborar o transformar en instal·lacions de la mateixa titularitat.

Els pagesos o ramaders que volen vendre els seus productes segons aquest



Formatge de Venda de Proximitat. Foto: DACC.



Bròquil de Venda de Proximitat. Foto: DACC.

Decret ho poden fer des del moment que ho comuniquen a l'Administració marcant la casella corresponent de la Declaració Única Agrària (DUN).

Un cop feta la comunicació, el productor pot utilitzar el logotip de Venda de Proximitat en les diverses situacions en què s'efectua la venda, com ara etiquetes, rètols, cartells...

El Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural duu a terme anualment controls per avaluar el grau de compliment de la normativa.

El Decret 24/2013, de 8 de gener, va ser pioner dins de la UE en regular la Venda de Proximitat.

Els pagesos que volen vendre els seus productes segons aquest Decret ho poden fer des del moment que ho comuniquen a l'Administració marcant la casella corresponent a la DUN.

04. Modificació: Decret 254/2019

Transcorreguts uns anys, i després de detectar certes necessitats tant per part del sector com de l'Administració, es decideix tirar endavant una modificació del Decret, i es publica el Decret 254/2019, de 3 de desembre.

Els principals punts a destacar són els següents:

- **Incorporació dels productes agraris:** primerament, es decideix incorporar-hi els productes agraris, ja que fins al moment únicament podien ser-ho els productes agroalimentaris. D'aquesta manera, es dona resposta a les demandes de sectors com ara el suro, la flor tallada i planta ornamental, la fusta tallada, etc.

- **Ampliació d'acreditats:** en la mateixa línia de voler donar una major cabuda als possibles adherits, les persones jurídiques on la persona titular participi d'una manera predominant no seran considerades intermediàries. Per tant, des d'aquest moment, la Venda de Proximitat, la fa el productor o l'agrupació de productors agroalimentaris o agraris o una persona jurídica que estigui participada en més del 50% pel productor mateix en favor del consumidor final, amb la intervenció d'un establiment intermediari o sense. Igualment, els productes agroalimentaris d'elaboració pròpia s'han d'elaborar

o transformar en instal·lacions de la mateixa titularitat o d'una persona jurídica participada en més del 50% pel productor mateix o de l'agrupació de productors, ja estiguin dins o fora de l'explotació.

- **Excepcions de primera transformació fora de l'explotació:** també s'estableixen una sèrie d'excepcions en què es pot fer una primera transformació fora de l'explotació sense sortir de l'àmbit de la Venda de Proximitat. Aquestes excepcions són: l'obtenció d'oli d'oliva, farines de cereals i lleguminoses, sucus vegetals i vegetals cuits, i també l'esclafat i torrada de fruita seca, el tractament tèrmic i l'estandardització del contingut en greix de la llet, i els espedejats de carn. Per decidir entre totes les possibles excepcions, es van prioritzar aquells processos que suposaven un menor nombre de punts crítics de control en el seu diagrama de flux.

- **Animals nascuts i engreixats en explotacions catalanes:** a petició del sector de l'oví, es va establir un requisit relatiu al període d'engreix dels animals perquè la seva carn pugui estar empaquetada pel distintiu. En general, cal que els animals siguin nascuts i engreixats en explotacions ubicades a Catalunya. Els animals que no hagin nascut en aquestes explotacions han d'haver estat engreixats a explotacions catalanes com a mínim 4 mesos per al boví, 40



Planta ornamental de Venda de Proximitat. Foto: DACC.



Oví de Venda de Proximitat. Foto: DACC.

dies en el cas d'aviram i 4 mesos en el cas de l'espècie porcina. Pel que fa a la resta d'animals nascuts en explotacions ubicades fora de Catalunya, han de ser engreixats en les explotacions agràries de Catalunya. En tots els casos, els animals han de ser sacrificats en escorxadors ubicats com a màxim a 3 hores de transport des de l'explotació d'on procedeixen.

· **Acreditació:** Ara, a la informació que consta a l'acreditació també s'incorpora si la persona titular de l'explotació agrària participa en alguna societat que ven/elabora els seus productes.

I, finalment, com a canvi molt important, l'adhesió deixa de ser indefinida i té una validesa fins a la presentació de la DUN següent, i, per tant, cal renovar-la cada any.

Després de detectar certes necessitats tant per part del sector com de l'Administració, es decideix tirar endavant una modificació del Decret.

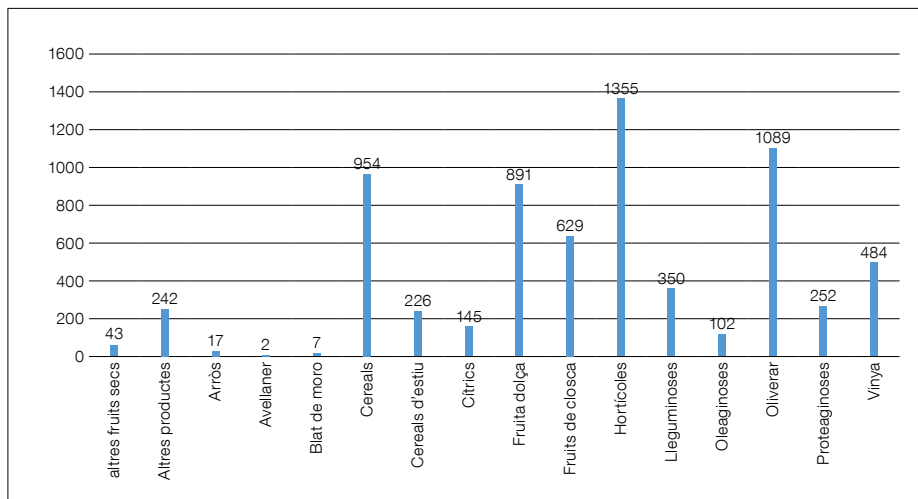
La venda dels productes recol·lectats en el medi natural (bolets, cargols, baies, aranyons...), la caça i els productes per a l'autoconsum no s'inclouen en la Venda de Proximitat.

05. Dades actuals de la Venda de Proximitat

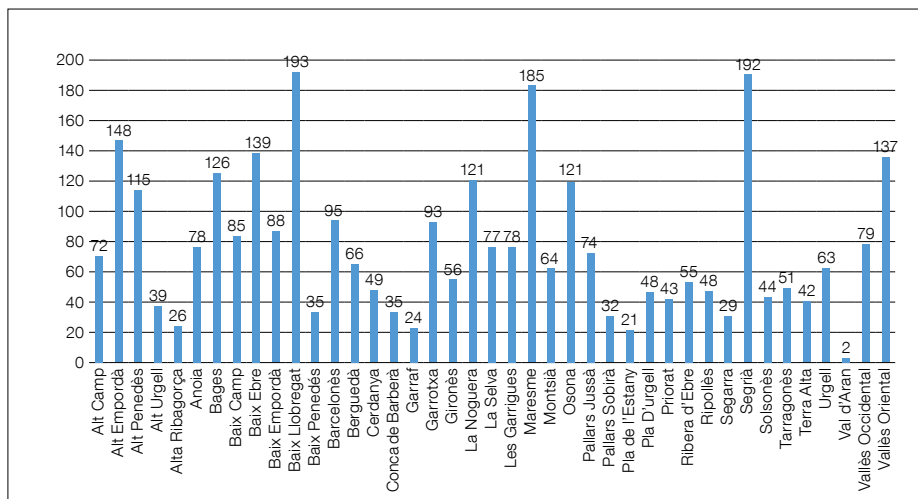
D'acord amb el darrer any 2020, les dades del nombre d'adherits son les següents:

Pel que fa al nombre total de productors acreditats, hi ha 3.180 productors, cosa que suposa al voltant d'un 6,5% de les DUN presentades a Catalunya.

Pel que fa a les agrupacions de productors, hi ha adherides 183 coopera-



Productes primaris i nombre de productors (any 2020). Font: elaboració pròpia.



Productors adscrits per comarca (any 2020). Font: elaboració pròpia.

tives, cosa que suposa un 21% de les cooperatives agràries de Catalunya.

Segons l'estudi fet l'any 2018 "Anàlisi individual del segell de Venda de Proximitat", fet en el marc del POCTEFA Tr3s local, els principals sectors acollits a la Venda de Proximitat són la producció d'horticoles (15%), la producció de cereals (14%) i la producció de fruita dolça (9%).

En relació amb els productes elaborats, els principals són el sector de la carn, el sector de l'oli d'oliva i el sector dels vins.

La distribució geogràfica mostra un nombre més alt d'adherits a la demarcació de Barcelona, seguida de l'Alt Pirineu i la Catalunya Central.

Per saber-ne més

<http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/alimentacio/segells-qualitat-diferenciada/venda-proximitat>

Autoria



Sergi Tort Martínez

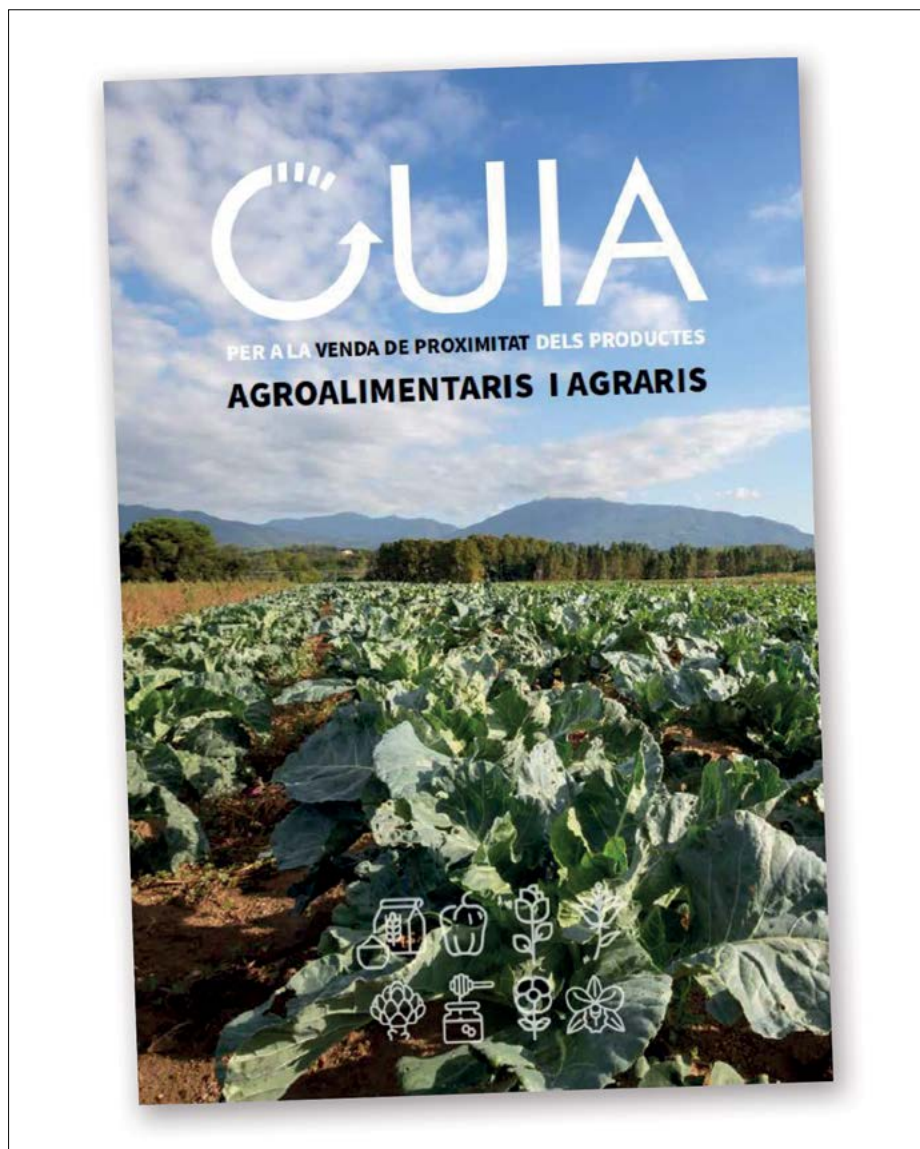
Enginyer Tècnic Agrícola.
Servei de Promoció de la Qualitat Agroalimentària. DACC.
sergi.tort@gencat.cat



Dèlia Colomer Bosch

Cap del Servei de Promoció de la Qualitat Agroalimentària. DACC.
delia.colomer@gencat.cat

LA GUIA PER A LA VENDA de Proximitat



Guia per a la venda de proximitat dels productes agroalimentaris i agraris. Font: DACC.

01. Introducció

La "Guia per a la Venda de Proximitat dels productes agroalimentaris i agraris" és un document elaborat per iniciativa de l'Agència de Salut Pública de Catalunya i el Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural amb l'objectiu de donar unes directrius clares sobre com fer correctament la

Venda de Proximitat. Aquesta Guia fa referència als requisits de Bones Pràctiques que cal seguir per dur a terme la venda d'aquests productes amb garanties per al consumidor final i sota l'empara del logotip identificador descrit al Decret 24/2013.

El Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la Venda de Proximitat

de productes agroalimentaris, va regular la Venda de Proximitat de manera acreditada amb l'objectiu de donar la possibilitat al productor d'aconseguir un increment del valor afegit del seu producte, i un coneixement i reconeixement del territori, dels productes i de la feina feta per pagesos i ramaders catalans per part dels consumidors; a més, el consum de productes de proximitat produeix un efecte positiu sobre la salut, ja que potencia la ingesta de productes frescos, amb més valor nutricional i organolèptic, i, per tant, amb més qualitat, i sobre el medi ambient, amb la conseqüent disminució de costos energètics.

Podeu trobar la Guia al web del DACC, apartat de Venda de Proximitat <http://agricultura.gencat.cat/vendadeproxitat>, i al web del Departament de Salut <https://acsa.gencat.cat/ca/Publicacions/guies-i-documents-de-bones-practiques/guies-de-practiques-correctes-dhigiene-reconegudes-oficialment>.

02. Estructura de la Guia

Aquesta Guia està estructurada en 3 blocs temàtics:

- Requisits comuns relacionats amb l'acreditació de productes agroalimentaris i agraris.
- Requisits específics per a la Venda de Proximitat dels productes agroalimentaris.
- Requisits específics per a la Venda de Proximitat dels productes agraris.

El primer bloc explica què és la Venda de Proximitat regulada, com es poden usar els distintius i com es pot comunicar l'adhesió a la Venda de Proximitat.

Aquesta Guia és un document elaborat per l'Agència de Salut Pública de Catalunya i el Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural.

El segon bloc presenta resumits els requisits principals establerts en la normativa alimentària aplicables als productes agroalimentaris, tant d'higiene i de registres com de venda, aplicables a la venda de productes en Venda de Proximitat. Cal tenir en compte que l'adhesió a la Venda de Proximitat no eximeix de complir la normativa aplicable, encara que, en alguns casos, es podran aplicar criteris diferents.

El tercer bloc està dedicat al sector agrari no agroalimentari, com, per exemple, el suro, les plantes ornamentals i la flor tallada. Aquest tipus de productes s'han incorporat com a novetat mitjançant la publicació del Decret

254/2019, de 3 de desembre, ja que en el primer Decret no hi eren inclosos.

03. Requisits comuns relacionats amb l'acreditació de productes agroalimentaris i agraris: la Venda de Proximitat

Procediment d'acreditació

L'acreditació de la Venda de Proximitat de productes agroalimentaris i agraris es fa mitjançant la DUN (declaració única agrària). Aquesta adhesió té una validesa fins a la presentació de la DUN següent, i, per tant, cal renovar-la cada any.

En l'acreditació, consta la informació següent extreta de la DUN:

- nom, NIF i adreça de la persona titular, i si aquesta persona participa en alguna societat que ven/elabora els seus productes,
- relació de productes agroalimentaris de producció/producció-elaboració pròpies (per a venda directa i en circuit curt); el mateix en el cas de productes agraris,

- número de l'acreditació i data de l'acreditació, i
- modalitat de venda.

Un cop feta la comunicació, el productor pot utilitzar el logo i descarregar les diferents aplicacions de l'ús del logo del web del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (DACC) <http://agricultura.gencat.cat/vendadeproximitat>.

En 15 dies, el productor rep per correu electrònic el document que acredita la seva adhesió al sistema de Venda de Proximitat.

04. Requisits específics per a la Venda de Proximitat dels productes agroalimentaris i flexibilitat

04.01 Higiene de la producció primària agrícola i de l'elaboració de productes agroalimentaris

Els reglaments europeus que regulen les condicions d'higiene en la producció d'aliments són, per a la producció primària, l'annex I del RCE 852/2004,

VENDA DE PROXIMITAT DE PRODUCTES AGROALIMENTARIS

LA VENDA DE PROXIMITAT

És una garantia de **qualitat i frescor** dels aliments, ja que es fan servir sistemes i canals de venda curts i directes.

Permet identificar de forma precisa aquells **productes** que han estat produïts, elaborats i venuts pels **propis productors**.

Un **26%** dels productors acreditats són operadors **ecològics!**

La venda de proximitat contribueix a la **viabilitat econòmica** del camp català i al desenvolupament socioeconòmic de les zones rurals.

VENDA DIRECTA

Productor → Consumidor

Es pot realitzar en:

- ✓ La pròpia explotació
- ✓ **Agrobotigues** d'agrupacions de productors agraris
- ✓ **Mercats** locals
- ✓ Fires-mercats
- ✓ De forma ambulants
- ✓ Per Internet/a distància



VENDA DE CIRCUIT CURT

Productor → Intermediari Únic → Consumidor

Es pot realitzar en:

- ✓ **Establiments minoristes**
- ✓ **Agrobotigues** de les agrupacions de productors agraris (quan actuen com a intermediaris)
- ✓ En allotjaments rurals
- ✓ Establiments de **restauració**
- ✓ Establiments de **restauració col·lectiva**
- ✓ Per Internet/a distància



#vendaproximitat


Infografia sobre la Venda de Proximitat regulada pel Decret 24/2013, DARP. No inclou la modificació posterior. Font: DACC.



Producte elaborat de Venda de Proximitat. Foto: DACC.



Pasta de farina de Llentia pardina de Venda de Proximitat. Foto: DACC.

i, per a la resta, l'annex II del mateix Reglament. Per a productes d'origen animal, s'aplica el RCE 853/2004.

Els productes primaris són els productes procedents de la collita, munyida i cria d'animals d'abastament, prèviament al seu sacrifici; es poden transportar, emmagatzemar i manipular sempre que no se n'alteri la naturalesa de manera substancial.

Les operacions d'elaboració (manipulació i/o transformació) dels productes primaris propis no entren dins de les activitats descrites com a producció primària pròpia i, per tant, els productes resultants (manipulats i/o transformats) es consideren producció elaborada.

Els responsables d'explotacions agràries i ramaderes han de conèixer els perills relacionats amb la higiene de les seves explotacions i saber com gestionar els riscos derivats per poder aplicar els requisits del RCE 852/04 i fer una Venda de Proximitat dels seus productes primaris amb prou garanties higièniques de seguretat alimentària.

04.02 La classificació de les activitats agroalimentàries i els registres administratius necessaris

En relació amb els registres administratius de què cal disposar per a fer la Ven-

da de Proximitat, distingim 2 casos diferents: la venda directa o en circuit curt de productes primaris i la venda directa o en circuit curt de productes transformats. Segons si es tracta d'un producte primari o d'un d'elaborat, i segons el lloc de venda, els registres són diferents. La Guia explica cadascun dels casos.

Cada registre té el seu tipus de tràmit de sol·licitud (comunicació prèvia o autorització). En el cas concret del registre per comunicació, es farà mitjançant la declaració responsable (taula de registres).

04.03 La flexibilitat en l'aplicació de l'autocontrol

Aquest apartat de la Guia explica com es pot aplicar la flexibilitat prevista en el reglaments d'higiene.

La flexibilitat es pot aplicar en els àmbits següents:

1. Flexibilitat per a aliments amb característiques tradicionals: es refereix a aliments que disposen d'un distintiu de qualitat DOP, IGP o ETG, o bé que estan reconeguts com a tradicionals per algun document de l'autoritat competent.
2. Flexibilitat en l'aplicació dels criteris microbiològics en establiments de baix risc, relatius a la freqüència de la seva presa de mostres, al nombre

de mostres, etc. d'acord amb uns requisits establerts.

3. Flexibilitat en la implantació de l'APPCC; per exemple, l'aplicació de guies de pràctiques correctes d'higiene específiques de cada sector, implementació dels pre-requisits necessaris dins els 10 bàsics establerts, simplificació dels límits crítics, simplificació dels procediments de vigilància o simplificació dels procediments de comprovació.

04.04 Els pre-requisits i les Bones Pràctiques d'higiene

Els pre-requisits i les Bones Pràctiques d'higiene (BPH) i de manipulació (BPM) tenen la finalitat de dotar d'un entorn de treball higiènic i d'una manipulació prou acurada per evitar la contaminació dels aliments durant les activitats d'elaboració i manipulació dels aliments.

La Guia descriu els 10 pre-requisits bàsics i les Bones Pràctiques d'higiene i manipulació dels aliments.

04.05 El sistema d'APPCC

També es fa un resum del sistema d'APPCC i es descriuen els 3 principals tipus de perills: els microbiològics, els químics i els físics, com identificar els punts crítics i com documentar-ho.

Principi	Complet	Flexibilitzat	Exemples
Anàlisi de perill	Compilació dels possibles perills relacionats amb cada fase, alàlisi de perills i examen de les mesures per controlar els perills identificats.	En alguns casos, per la naturalesa de l'empresa alimentària i de l'aliment produït, els possibles perills es poden controlar aplicant prerequisits. Aleshores, no cal fer anàlisi completa.	En magatzems o altres empreses sense manipulació d'aliments, per la naturalesa de l'empresa es podrien controlar tots els perills amb els prerequisits.
Límits Crítics	Els Límits crítics han de ser mesurables. Entre els criteris aplicats, acostuma a haver-hi les mesures de temperatura, temps, nivell d'humitat, pH, Aw i clor.	El requisit d'establir un límit crític en un PCC no sempre implica que s'hagi de fixar un valor numèric. Aquest criteri es pot aplicar, en particular, quan els procediments de vigilància es basen en l'observació visual.	El requisit d'establir un límit crític en un PCC no sempre implica que s'hagi de fixar un valor numèric. Aquest criteri es pot aplicar, en particular, quan els procediments de vigilància es basen en l'observació visual.
Vigilància	La vigilància és la mesura o observació programada d'un PCC en relació amb els seus límits crítics.	La vigilància pot ser una comprovació visual.	En la cocció, la vigilància es podria basar en observacions visuals de l'acció de bullir el producte.
Documentació i registre	Cal tenir documentació i registres de totes les etapes de l'aplicació dels principis de l'APPCC.	Una guia de pràctiques correctes d'higiene sectorial pot constituir la documentació de l'APPCC. Un sistema de registre senzill pot ser eficaç. Pot integrar-se a operacions existents i basar-se en models de documents ja disponibles.	El control d'entrada de les matèries primeres es pot enregistrar en el mateix albarà. En determinats establiments, es pot obviar el registre de la vigilància i enregistrar només les desviacions dels límits crítics.

Resum de l'Anàlisi de punts crítics (APPCC). Font: DACC.

Els nous productes que, de moment, s'inclouen en la Guia són el suro i la planta ornamental i flor tallada.

05. Requisits específics per a la Venda de Proximitat dels productes agraris

Una de les novetats de la modificació del Decret de Venda de Proximitat és l'ampliació a productes agraris no alimentaris. Els productes que, de moment, s'inclouen en la Guia són el suro i la planta ornamental i flor tallada, ja que són els sectors que han mostrat interès a disposar de l'acreditació de la Venda de Proximitat.

Aquest apartat de la Guia descriu la normativa que regula aquests productes.

Com en el cas dels productes alimentaris, cal que els productors interessats

presentin la DUN i hi marquin la "Venda de Proximitat" per a aquests productes.

06. Etiquetatge

La Guia inclou un resum dels requisits d'etiquetatge segons on s'efectua la Venda de Proximitat (en l'explotació mateixa, en un mercat, en un establiment minorista), i també segons el tipus de producte. Inclou una sèrie de quadres-resum per a diferents productes com ara la carn, els ous, les fruites i verdures, i d'altres.



Etiquetatge de la Venda de Proximitat. Font: DACC.

Per saber-ne més

Sobre la Venda de Proximitat:

<http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/alimentacio/venda-proximitat>

Sobre les guies de pràctiques correctes d'higiene:

<http://acsa.gencat.cat/ca/Publicacions/guies-i-documents-de-bones-practiques/guies-de-practiques-correctes-dhigiene-reconegudes-oficialment>

Autoria



Ester Pisa Monteverde

Responsable de Seguiment i Prospecció de la Qualitat Agroalimentària. DACC.
episa@gencat.cat

ANÀLISI DE L'IMPACTE el segell de Venda de Proximitat



Pòster divulgatiu del segell de Venda de Proximitat. Font: DACC.

01. Introducció

L'any 2013, Catalunya va esdevenir un territori pioner en l'acreditació de la comercialització de proximitat de productes agroalimentaris. Amb el Decret 24/2013, naixia el segell de Venda de Proximitat, un sistema d'acreditació voluntària, promogut pel DACC, per identificar els productes comercialitzats a través de la venda directa o del circuit curt.

Durant aquests 8 anys, la societat ha augmentat notablement l'interès pels productes de proximitat. Les iniciatives de promoció dels aliments de proximitat s'han multiplicat i les pautes de consum comencen a incorporar de manera

significativa el compromís amb el territori, la pagesia i els mercats locals.

Des de la seva creació, el nombre de productors adherits a la VP no ha parat de créixer. Actualment, a l'any 2020, el nombre d'adherits és de 3.180 productors, dels quals 183 són cooperatives.

Aquest article, basat en l'estudi homòleg encarregat pel DACC en el marc del projecte POCTEFA-TR3SLOCAL amb les dades de l'any 2018, analitza la implementació i impacte del segell de Venda de Proximitat en aquest context, i aporta algunes línies d'actuació que podrien augmentar-ne l'ús i el reconeixement.

Les pautes de consum comencen a incorporar de manera significativa el compromís amb el territori, la pagesia i els mercats locals.

02. Impacte del segell de Venda de Proximitat en el sector agroalimentari català

L'any 2018, 2.809 productors/es i elaboradors/es van declarar 8.154 productes comercialitzats sota el segell de Venda de Proximitat. El 71,5% corresponien a producció agrícola sense transformar i el 28,5% restant a productes elaborats.

Aquest nivell de productes acreditats representava el 6% de la producció agrícola sense transformar censada a Catalunya. De manera destacada, s'observa el pes que té el segell en la producció de lleguminoses (17%), producció d'hortícoles (15%) o producció de fruita dolça (10%). En canvi, l'acreditació de la Venda de Proximitat baixa entre el 4 i 5% en la producció de cereals, cítrics, fruits de closca, oliverar o vinya.

Pel que fa als productes elaborats registrats sota el segell de Venda de Proximitat, s'observa que l'impacte és menor, ja que representen el 28% del total dels productes. De tots plegats, l'elaboració de carn és la que fa un ús més destacat del segell, en arribar al 30% dels productes elaborats que utilitzen el segell, possiblement a causa de la necessitat creixent de diferenciar

la carn de proximitat de la carn del circuit global industrialitzat. Els olis ocupen la segona posició, amb un 14%, i, a continuació, amb un 9%, hi ha les conserves vegetals i els embotits.

02.01 Perfil dels operadors adscrits al segell de Venda de Proximitat

Si analitzem el perfil dels 2.809 operadors/es registrats/ades al segell de Venda de Proximitat, cal destacar-ne dues característiques que ens ajuden a fer una fotografia de les adhesions.

En primer lloc, el segell és utilitzat sobretot per aquells operadors que són alhora productors/es i elaboradors/es (1.719). En canvi, 713 adherits només són productors/es.

D'altra banda, cal destacar que, entre els/les operadors/es adscrits/es al segell de Venda de Proximitat, 740 estan registrats/ades també al certificat de producció ecològica del CCPAE,

El 6% de la producció agrícola sense transformar censada a Catalunya està adherida al segell de Venda de Proximitat.

cosa que significa que el 26% dels/ de les productors/es i elaboradors/es adherits/ides practiquen l'agricultura ecològica. Aquesta és una dada rellevant, atès que en el conjunt català els productors ecològics representen només el 5%, dada que demostra el compromís major d'aquest tipus de productors amb la venda directa i el circuit curt de comercialització.

02.02 Impacte sobre el territori i mercats locals

Hi ha diferències territorials quant a l'ús del segell. L'exemple clar és la zona de Barcelona, on hi ha el major nombre de productors, 638, cosa que representa el 22,7% del total d'adscrits a Catalunya. En el mateix sentit, destaca la dada que el 22,8% dels productors de la vegueria es registren dins de la Venda de Proximitat.

En l'altre extrem, hi ha les Terres de l'Ebre, on, dels 14.073 productors censats, solament 251 (l'1,8%) figuren com a adherits al segell de Venda de Proximitat. Girona i Lleida ocupen el segon i tercer lloc on més adscrits hi ha, però el seu pes relatiu al total de productors territorials és clarament més baix que a Barcelona (7,9% i 2,5%, respectivament).

El territori que té menys productors representats a la Venda de Proximitat és l'Alt Pirineu i Aran, amb 194 adherits,

cosa que situa el 7% dels productors dins del segell i representa el 7,6% dels productors d'aquestes comarques.

03. Principals canals de distribució i comercialització

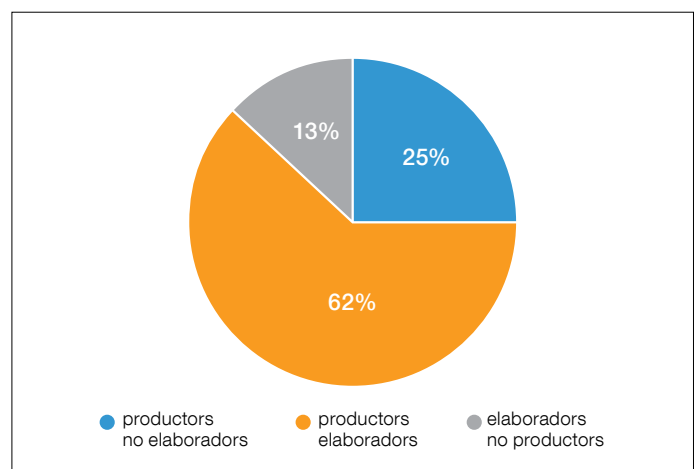
Entre els operadors adherits al segell de Venda de Proximitat, el 59% dels canals de comercialització que s'utilitzen són de venda directa, i el 41% de venda en circuit curt.

En concret, el canal més popular entre els/les productors/es és la venda directa en l'explotació pròpia, del qual fan ús el 18% dels/de les productors/es adherits a la Venda de Proximitat, seguit del circuit curt en establiment minorista, emprat pel 14%. El canal de comercialització que menys es fa servir és el circuit curt en allotjament rural, declarat solament pel 2% dels productors.

La principal diferència apareix si distingim els productes no transformats dels elaborats. Si analitzem solament els productes no transformats, s'observa que el principal canal de comercialització és el circuit curt en establiment minorista, amb un percentatge d'ús que se situa entre el 19 i el 25% segons el producte, mentre que el canal de comercialització més usat pels/per les elaboradors/es és la venda directa en l'explotació pròpia que se situa en-

Producte	Adscrits	Total CAT	Relació
Cereals	1.103	24.047	5%
Cítrics	123	2.562	4,80%
Fruita dolça	754	7.292	10,34%
Fruits de closca	609	14.739	4,13%
Hortícoles	1.254	8.376	14,97%
Lleguminoses	185	1.080	17,13%
Oliverar	977	25.988	3,76%
Vinya	429	7.882	5,44%
Total	5.434	91.966	5,91%

Productors/es adscrits al segell de Venda de Proximitat per tipus de producte en relació amb el total català (2018). Font: elaboració pròpia a partir de la base de dades dels adherits al segell Venda de Proximitat. DACC.



Perfil productiu dels adscrits al segell de Venda de Proximitat (2018). Font: elaboració a partir de la base de dades dels adherits al segell Venda de Proximitat. DACC.

Comarca	nre. adscrits	Relació	Productors totals	Pes en total
Alt Pirineu	194	6,9%	2.562	7,6%
Barcelona	638	22,7%	2.801	22,8%
Catalunya Central	310	11,0%	4.470	6,9%
Comarques de Tarragona	245	8,7%	9.403	2,6%
Girona	480	17,1%	6.091	7,9%
Lleida	427	15,2%	17.293	2,5%
Penedès	227	8,1%	4.146	5,5%
Terres de l'Ebre	251	8,9%	14.073	1,8%

Productors adscrits al segell de Venda de Proximitat per vegueries (2018). Font: elaboració pròpia a partir de la base de dades d'adherits al segell Venda de Proximitat. DACC.

	Alt Pirineu	Barcelona	Catalunya Central	Comarques de Tarragona	Girona	Lleida	Penedès	terres de l'Ebre
Circuit curt	34,20%	40,37%	45,22%	40,37%	48,38%	39,47%	33,94%	35,43%
Venda directa	65,80%	59,63%	54,78%	59,63%	51,62%	60,53%	66,06%	64,57%

Relació entre venda directa i venda en circuit curt per vegueries del segell de Venda de Proximitat (2018). Font: elaboració pròpia a partir de la base de dades d'adherits al segell Venda de Proximitat. DACC.

Venda directa en la pròpia explotació	Venda directa en agrobotiga	Venda directa en fires o mercats	Venda directa en mercats locals	Venda directa per internet	Venda directa en altres llocs	Circuit curt en agrobotiga	Circuit curt en establiment minorista	Circuit curt en restauració	Circuit curt en allotjament rural	Circuit curt en altres llocs
1.522	630	768	747	603	785	514	1.234	741	180	832
18%	7%	9%	9%	7%	9%	6%	14%	9%	2%	10%

Ús dels canals de comercialització per part de les persones inscrites al segell de Venda de Proximitat (2018). Font: elaboració pròpia a partir de la base de dades dels adscrits al segell Venda de Proximitat. DACC.

tre el 26 i el 17% segons el producte. El segon canal és el circuit curt en establiment minorista (entre el 8 i el 15%).

En sectors agrícoles, el tipus de venda que més s'utilitza és el circuit curt en establiment minorista, que ronda el 22% de la venda del sector. En el sector ra-

mader, aquest primer lloc és ocupat per la venda directa en l'explotació pròpia amb un 18%, que és també el segon canal més utilitzat en la producció agrícola (18% dels/de les operadors/es).

Les tecnologies de comercialització, com ara la venda en plataforma o en venda directa a través d'Internet, presenten un repte i una oportunitat per al desenvolupament de la Venda de Proximitat. En el moment de l'estudi, 610 operadors/es declaren fer ús de la venda directa per Internet, cosa que representa el 22% dels adherits al segell i el 7% de les estratègies de comercialització. Ara bé, l'índex de creixement de l'ús d'aquesta tecnologia de comercialització se situa a l'entorn

del 20% anual, i mostra un important augment l'any 2017, any en què el 38% dels adherits afirmen emprar la venda directa per Internet.

04. Pautes de consum

La proximitat és un valor que està generant un interès creixent en la societat, fins i tot per sobre de l'interès dels consumidors pel producte ecològic.

Així ho demostra l'informe "Mites i realitats sobre el consum d'aliments ecològics": el 77% de les persones prefereixen el producte de proximitat davant de l'ecològic (Riera, 2017). Aquesta tendència es torna a constatar en el Baròmetre de Percepció dels Aliments Eco-

Entre els adherits al segell de Venda de Proximitat, el 59% dels canals de comercialització que s'utilitzen són de venda directa i el 41% de circuit curt.

lògics (CEO, 2015), on el consumidor mitjà prioritza la proximitat davant de la compra ecològica. Fins i tot, segons l'anàlisi d'hàbits de consum i compra de la província de Barcelona (Diputació de Barcelona, 2017), el que més es valora és que els comerços tinguin productes directament del productor, o de proximitat geogràfica (100 km), per davant de la producció ecològica.

Però aquesta prioritització de la "proximitat" en el consum no sembla ajustar-se al coneixement del segell per part de les persones consumidores. En el marc del projecte "Suport al desenvolupament de noves iniciatives de Venda de Proximitat per consolidar productes locals en entorns rurals" POCTEFA Tr3s Local, es va realitzar una enquesta a 116 persones consumidores, i un dels resultats més destacats va ser que el 57% dels enquestats afirmava no haver vist mai el logotip de Venda de Proximitat.

04.01 La Venda de Proximitat durant la crisi de la COVID-19

La crisi de la COVID-19 ha fet augmentar la demanda de productes agrícoles i de proximitat, alhora que ha comportat un creixement en el nombre de productors que han començat a distribuir-los a través de xarxes de venda directa o circuits curts. Segons l'estudi Xarxes alimentàries locals en temps de la COVID-19 (Batalla, Laia; Corroero Humanes, Ana; Hierro, Alba [et al.], 2020), s'estima que el nombre de productors i elaboradors que han optat per utilitzar els canals de Venda de Proximitat ha augmentat un 23%. De la mateixa manera, les vendes i la facturació també han augmentat de manera notable, fins a arribar a triplicar-se en el sector de l'horta.

Per donar resposta a aquest augment de la demanda durant els mesos de confinament i restriccions a la mobilitat, el nombre d'iniciatives de suport a la Venda de Proximitat també s'ha multiplicat. A tall d'exemple,



Ecofira del Camp de Tarragona. Foto: Grup de Consum La Bajoca.

destaquem: Abastiment Agroecològic (impulsada per Arran de Terra i Pam a Pam), Pagesia a Casa (Unió de Pagesos), Productecoop (Federació de Cooperatives Agràries de Catalunya), Productors Catalans o Arrels (impulsada per Unió de Pagesos i la cooperativa Som) i també #AlimentsDeProp (impulsada per PRODECA i el DACC).

Així doncs, l'augment del consum del producte de proximitat és una tendència consolidada en els últims anys, que alhora s'ha vist reforçada per un context de crisi sociosanitària que ha fet augmentar la valorització de la pagesia local. El segell de Venda de Proximitat pot esdevenir una eina útil en aquest escenari d'augment del consum, les vendes i els productors.

05. Conclusions en clau estratègica

Després de gairebé 7 anys d'aplicació del Decret 24/2013 i de desplegament del segell de Venda de Proximitat, els resultats no són els esperats inicialment. Malgrat el 6% de productors/es i elaboradors/es catalans/es adherits al segell (percentatge equiparable al que tenen segells europeus similars), els nivells d'ús se situen per sota del que es podria esperar en un context d'augment del consum de productes de proximitat.

S'estima que, durant la crisi del COVID-19, el nombre de productors i elaboradors que han optat per utilitzar els canals de venda de proximitat ha augmentat un 23%.

Durant l'any 2018, dins el marc del projecte POCTEFA Tr3s Local, es va elaborar l'informe "El segell de Venda de Proximitat, anàlisi de l'impacte del segell en els 5 anys d'aplicació", que va incloure 3 grups de discussió amb diferents perfils d'agents vinculats al segell de proximitat: els i les operadors/es, els i les intermediaris/àries i els i les tècnics/iques del DACC que promouen el segell. A partir de la informació recollida, es van definir unes conclusions estratègiques per enfortir la presència i l'impacte del segell en els pròxims anys.

Algunes d'aquestes conclusions van quedar recollides ja en la modificació del Decret 24/2013 que va aprovar el Govern de la Generalitat el desembre de 2019 amb l'objectiu de millorar l'aplicació i l'eficàcia del sistema d'acreditació de Venda de Proximitat, com per exemple la vigència anual de l'acreditació, la incorporació de més produc-

tes, la limitació dels productes d'origen animal a la producció ramadera de Catalunya, la precisió dels conceptes d'elaboració pròpia i de persona intermediària, o la revisió del procediment de revocació de l'acreditació.

A partir de l'any 2018, es desenvolupa el projecte Interreg POCTEFA Tr3s Local amb l'objectiu de donar un impuls a la Venda de Proximitat i dur a terme algunes de les actuacions proposades com a estratègies en l'estudi. L'article d'aquest *dossier* destinat a aquest projecte en conté més informació.

Les estratègies més destacades que es van recollir es poden dividir en 3 grups:

05.01 Estratègies de Consolidació del Segell

Aquest grup inclouria reeditar grans campanyes de promoció del segell de Venda de Proximitat, centrar esforços en els territoris on el segell de Venda de Proximitat ha esdevingut més útil tant a productors/es i elaboradors/es com a consumidors/es, evitar burocratitzar el model d'acreditació quan s'introdueixin millores en el sistema d'adhesió voluntària o definir actuacions específiques adreçades a iniciatives agrupades de producció, elaboració i distribució (cooperatives, SAT, agrupacions de productors, etc.).

05.02 Estratègies d'Impuls del Segell

Aquest grup inclouria enfocar el segell de Venda de Proximitat com a eina útil per al/a la consumidor/a, promoure actuacions per enfortir les relacions

El 6% dels/de les productors/es i elaboradors/es catalans/es estan adherits al segell, però el nivell d'ús és encara baix.

entre productors/es i intermediaris/àries, construir aliances de col·laboració estables amb les iniciatives econòmiques privades de promoció del producte local i amb les altres administracions públiques que desenvolupen programes de suport als/a les petits/es productors/es i al producte local, augmentar les actuacions que fomentin l'agrupació d'operadors/es i els espais de cooperació i definir un relat clar que vinculi la Venda de Proximitat amb la sostenibilitat econòmica i ecològica.

05.03 Estratègies de Millora del Segell

Aquest grup inclouria redefinir el sistema de control i inspecció, aportar-hi els recursos necessaris per a la seva eficiència, millorar l'operativa d'obtenció de dades de l'acreditació i millorar-ne la codificació, concretar la utilitat del segell en programes, actuacions, requisits, etc. que permetin identificar clarament el benefici de l'adhesió, facilitar el contacte dels/de les intermediaris/àries amb els/les productors/es adherits/ides, fer més clar el missatge de la Venda de Proximitat en les campanyes de promoció del segell, generar eines d'accés fàcil a la informació dels/de les operadors/es adherits/ides i dels punts de venda del seu producte i fomentar la utilitat del segell en les estratègies de venda a l'àrea metropolitana.

Per a saber-ne més

INFORME EL SEGELL VENDA DE PROXIMITAT. ANÀLISI DE L'IMPACTE DEL SEGELL EN ELS 5 ANYS D'APLICACIÓ (2018). En el marc del projecte "Suport al desenvolupament de noves iniciatives de Venda de Proximitat per consolidar productes locals en entorns rurals". POCTEFA Tr3s Local

SERVEI A LA PROMOCIÓ DE LA QUALITAT ALIMENTÀRIA. Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural. Base de dades de les persones adscrites al segell de Venda de Proximitat. Generalitat de Catalunya (2018)

WEB del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural. agricultura.gencat.cat/ca/ambits/alimentacio/venta-proximitat

CENTRE D'ESTUDIS D'OPINIÓ. Baròmetre 2018 sobre Percepció i Consum dels Aliments Ecològics. Generalitat de Catalunya (2015)

DIPUTACIÓ DE BARCELONA. Anàlisi d'hàbits de consum i compra de la província de Barcelona. Diputació de Barcelona (2017)

REVISTA OPCIONS. "De bracet amb la pagesia i el nostre entorn", *Revista Opcions. Consum i estils de vida transformadors* (2014), núm. 46, p. 8-23

RIERA, J. (2018). Mitos y realidades de los productos ecológicos. Fundació Catalunya la Pedrera i Kantar Worldpanel

BATALLA, L.; CORRERO, A.; HIERRO, A. et al.. Xarxes alimentàries locals en temps de la COVID-19: impactes i reptes en un escenari de post-confinament. Pam a Pam

Autoria



Ariadna Pomar León

Sòcia d'Arran de Terra.
ariadna@arrandeterra.org



Gerard Nogués Balsells

Soci-treballador de l'Economat, SCCL.
gerard@economatdelcamp.coop

LES ASSOCIACIONS D'EMPRESARIS PRODUCTORS DE VENDA DE PROXIMITAT



Julivert. Producte de Venda de Proximitat en circuit curt. Foto:DACC

01. Introducció

Actualment, hi ha més de 3.000 productors catalans inscrits al Segell de Venda de Proximitat regulat per la Generalitat de Catalunya. Amb l'objectiu de representar, orientar i defensar els interessos dels productors adherits a la Venda de Proximitat, neixen les Associacions d'Empresaris Productors de Venda de Proximitat (AEPVP). La seva manera d'operar és descentralitzada arreu del territori català, amb els productors agrupats per província. Cada demarcació té



Federació d'Empresaris Productors de Venda de Proximitat. Font: FEPVP.

unes característiques pròpies i uns sectors productius més predominants que altres i l'associació adapta la seva gestió a la realitat de cada província per assolir els objectius de fomentar el consum de productes de proximitat i de dinamització territorial.

Per tal de coordinar les actuacions i els projectes d'interès per als productors adherits a la Venda de Proximitat en tot el territori català, s'ha registrat la Federació d'Empresaris Productors de Venda de Proximitat que aglutinarà les Associacions d'Empresaris Productors de Venda de Proximitat de cada província.

01.01 Tarragona

L'Associació de Tarragona està presidida per en Roger Catà i compta amb una vintena de productors dedicats a diferents teixits productius com ara el cultiu ecològic o tradicional amb productes amb distintius de Denominació d'Origen o Productes de la Terra, entre d'altres.

La preservació dels recursos naturals caracteritza el territori de les Terres de l'Ebre. L'any 2013, la UNESCO el va declarar Reserva de la Biosfera, i els seus agricultors, ramaders, pescadors i restauradors han vist en els seus recursos una font d'inspiració per trobar noves formes de dinamització del territori a través de la gastronomia. N'és un exemple el mateix Roger Catà, que pertany a la setena generació de productors dedicats a l'olivicultura. La seva empresa, Mas Montseny, ubicada al Morell, produeix oli d'oliva i és pionera en el cultiu de l'alvocat a Catalunya i la producció d'oli d'alvocat que comercialitza amb la marca ALVO.

En Vicenç Ferré, enòleg de formació, és el secretari de l'Associació de Tarragona. Forma part d'una gran nissaga de vinyaters que des de l'any 2005 va transformar les finques familiars en l'actual Celler Mas Vicenç. El compro-

Cada demarcació té unes característiques pròpies i uns sectors productius més predominants que altres i l'associació adapta la seva gestió a la realitat de cada província.



Associació d'Empresaris Productors de Venda de Proximitat de Tarragona. Font: FEPVP.



Associació d'Empresaris Productors de Venda de Proximitat de Girona. Font: FEPVP.



Associació d'Empresaris Productors de Venda de Proximitat de Barcelona. Font: FEPVP.

més amb el territori va fer que des de l'any 2019 presidís el Consell Regulador de la DO Tarragona.

Finalment, completa la Junta Executiva de l'Associació de Tarragona la Laura Blanch de l'empresa Horta Blanch, que són productors de fruites i verdures de temporada. El seu sistema de cultiu es basa en la producció integrada, que té cura de la salut humana i el medi ambient: minimitza l'ús de productes químics, optimitza els mitjans de producció per disminuir els residus i assegura una agricultura sostenible a llarg termini.

01.02 Girona

El territori de la demarcació de Girona es caracteritza per la diversificació del teixit productiu amb una gran varietat de productes i de gran qualitat arrelats a la terra.

L'oferta gastronòmica a la província de Girona basada en el producte de proximitat té una gran capacitat d'influència en els consumidors a través dels seus cuiners amb projecció mediàtica com els germans Roca (Celler de Can Roca), la Fina Puigdevall (Les Cols d'Olot) o en Paco Pérez (Restaurant Miramar de Llançà). Els restaurants són clau per impulsar la promoció dels productes: "els restaurants poden ser el vehicle ideal per promocionar els productes locals sempre que s'ho creguin i creguin de veritat en nosaltres, els productors" defensa en Pere Rubirola (Bernabeu Mira, 2017), president de l'Associació d'Empresaris Productors de Venda de Proximitat de la Província de Girona.

L'associació a Girona compta amb 15 associats adherits a la Venda de Proximitat procedents de diferents sectors agraris i ramaders. En Pere Rubirola és ramader del Mas Vilallonga de Riudellots de la Selva, que opera sota el lema "Un porc content fa la carn excel·lent". Lluita perquè el client aprecii la qualitat de la carn que s'ha aconseguit gràcies a una alimentació 100% natural i sostenible i el benestar de l'animal en la cria.

L'acompanya en la Junta Executiva en Jaume Bosch com a secretari. És cap de la Granja El Provençal situada a Riudellots de la Selva on produeixen productes carnis, llet i derivats lactis com el seu iogurt guardonat amb el segell de qualitat Lactium. Operen sota una total transparència amb els consumidors atès que tothom qui vulgui pot fer una visita guiada a la seva explotació ramadera.

En Joan Puigbert, tresorer de l'associació a Girona, dirigeix juntament amb el seu germà Pere el negoci familiar d'una trajectòria de gairebé trenta anys, Fruites Núria. Fa més de 10 anys que van iniciar la campanya "Apadrina un arbre fruiter" per apropar la natura al consumidor.

01.03 Barcelona

La realitat agroalimentària de la província de Barcelona es presenta com una dicotomia per raó de la gran demanda d'urbanització a causa de l'augment poblacional. Es dificulta d'aquesta manera l'equilibri entre la delimitació del sòl urbà i el sòl rural per a les activitats agràries (Grup de Treball d'Espais Agraris, 2016). L'existència de l'espai agrari és clau en poblacions amb una densitat elevada d'habitants per la diversificació econòmica

i perquè contribueix a una millora en la qualitat de l'aire (Montasell, 2018).

L'alta demanda d'aliments no només dels consumidors directes sinó de la restauració fa que l'Àrea Metropolitana de Barcelona sigui un territori amb oportunitats per a la comercialització de productes també d'altres províncies catalanes. En Jaume Torras, cap del Group Fructusweb, SL, una explotació agrícola especialitzada en el conreu de temporada i ecològic, i soci de l'Associació d'Empresaris Productors de Venda de Proximitat de la Província de Barcelona, reconeix la tasca dels establiments gastronòmics en la promoció dels productes locals: "La qualitat és imprescindible per elaborar una cuina de primer nivell; per això, si ells utilitzen els productes locals i de temporada, a la llarga també ho faran els consumidors (Bernabeu Mira, 2017).

La superfície agrícola més important de l'Àrea Metropolitana de Barcelona és el Parc Agrari del Baix Llobregat amb una superfície agrícola de prop de 3.000 hectàrees. En Maurici Bosch, tresorer de l'AEPVP de la província de Barcelona i cap de l'empresa Agrícola Xim-Xim, SCP, forma part dels productors que es dediquen a l'horticultura intensiva al Parc Agrari. Disposa de 20.000 m2

d'hivernacle i cultiva 18 hectàrees a l'aire lliure. L'Antoni Roig Pañella, tresorer de l'associació, gestiona l'Agrobotiga Gavà per donar sortida a la producció de productes de proximitat i de temporada del Baix Llobregat.

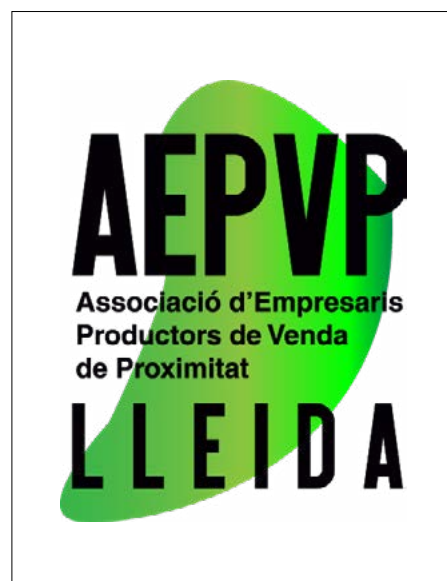
A través de l'Associació a Barcelona, s'han creat xarxes de col·laboració entre productors per arribar al consumidor de productes de proximitat. De fet, la demarcació té al voltant de 35 associats. En Jaume Torras, soci de l'AEPVP a la Província de Barcelona, destaca que "és bo associar-se per crear una força comunicativa molt potent per arribar als clients". En aquest sentit, la participació constant a fires sota el segell de Venda de Proximitat ha estat clau perquè els clients puguin confiar que, quan compren productes de proximitat, compren un gran producte de qualitat.

01.04 Lleida

La província de Lleida representa gairebé el 38% del territori català. És, doncs, la demarcació més extensa territorialment de Catalunya i la menys poblada. En canvi, representa el 43,7% del total de la producció de Catalunya segons l'informe La transformació econòmica de Lleida: realitats i pers-



Productes amb segell de Venda de Proximitat. Foto: DACC.



Associació d'Empresaris Productors de Venda de Proximitat de Lleida. Font: FEPVP.

pectiva de futur, del catedràtic i doctor en economia Oriol Amat de la Universitat Pompeu Fabra (Amat, Boar, Bracons, Lloret, & Saladrígues, 2019).

La producció de carn i el cultiu de fruita i verdures són els principals sectors productius de la província de Lleida. Presenta més dificultats que la resta de territoris per al petit agricultor o ramader, ja que sovint ha de recórrer molta distància per apropar-se a un escorxador o per distribuir el seu producte fora de la seva comarca.

En aquest sentit, l'Associació de Lleida té una especial tasca a la demarcació per ajudar els productors a millorar el seu sistema de distribució a través de projectes de promoció de productes de proximitat com la participació dels seus productors a fires alimentàries. A la demarcació de Lleida, l'associació compta amb més de 80 associats entre productors i cooperatives agràries i ramaderes.

En Jordi Capdevila de Cal Sargaire és el president de l'Associació d'Empresaris Productors de Venda de Proximitat de Lleida. Ell té com a lema "en l'alimentació està la diferència", ja que té el control total de tots els punts de la cadena productiva de la seva explotació càrnia. El bestiar neix a les pastures i, després de l'etapa de lactància, s'alimenta d'herba fins als 7-12 mesos. Quan arriba a les explotacions de Cal Sargaire, s'alimenta amb herbes sense barrejar i cultivades 100% per ells mateixos. "Seguim la cadena natural. En cap moment no deixem que la industrialització prengui part de cap punt del procés", explica en Jordi.

Juntament amb en Llorenç Llop i la Gemma Arnillas, formen la Junta Executiva. En Llorenç, secretari de l'associació, comercialitza els seus productes i els de més de 50 associats entre productors i cooperatives agràries a través de la seva agrobotiga Verit Fruit situada a Belcaire d'Urgell. Per donar sortida a l'excedent de producció de fruites, elabora melmelades i confitu-

res de gran qualitat que ja han estat guardonades l'any 2019 amb el premi de bronze al concurs *World Marmalade Awards* al Japó i el premi de bronze al concurs *Great Taste Awards* al Regne Unit. Aquesta activitat comporta una oportunitat de negoci amb altres agricultors de la zona per obtenir nous sabors i combinacions.

La Gemma Arnillas és la tesorera de l'associació de Lleida i empresària agroalimentària de l'explotació ramadera d'oví PlaOví. El ramat d'ovelles i corders pasturen cada dia al terme d'Algerrí, a les zones ZEPA i a l'espai natural protegit de la Serra Llarga. La seva alimentació es basa en cultiu 100% ecològic i amb alletament fins al moment de durlos a l'escorxador. D'aquesta manera, aconseguix que la producció de la carn de xai sigui de gran qualitat.

02. La promoció del producte de proximitat

Els productors han notat un canvi en el paradigma de consum de producte de proximitat durant l'època de confinament per la COVID-19. En Pere Rubirola, president de l'associació a Girona, destaca que durant la quarantena "la gent ha cercat alternatives a les grans superfícies per alimentar-se millor, cercant, d'aquesta manera, productes de gran qualitat, i els ha trobat a prop de casa".

En aquest sentit, és important que sentin la confiança perquè interioritzin el missatge que comprar producte local és comprar producte de gran qualitat i que "contribueix tant a la sostenibilitat mediambiental com a la sostenibilitat econòmica del nostre territori", explica en Roger Catà de l'Associació de Tarragona. Es crea riquesa al territori perquè les empreses agrícoles generen llocs de treball a tot Catalunya.

El consum de productes de temporada i de proximitat no només afavoreix econòmicament sinó que redueix la

petjada ecològica. Per aquest motiu, és vital que els clients coneguin les delimitacions territorials de la producció de proximitat: "per a un consumidor de Catalunya no és un producte de proximitat les tomates d'Almeria, encara que siguin de la mateixa península Ibèrica i per molt que les trobi a un distribuïdor català", matisa en Roger.

Per a saber-ne més

AMAT, O., BOAR, A., BRACONS, G., LLORET, P., i SALADRIGUES, R. (2019). *La transformació econòmica de Lleida. Realitats i perspectives de futur*.

Asociación Española de Productores de Vacuno de Carne. (1/09/2017). *Projecte Life Beef Carbon*. Recollit de Asoprovac: <https://www.asoprovac.com/que-es-life-beef-carbon>.

BERNABEU MIRA, J. (Febrer/2017). "Influència de la gastronomia en la producció d'aliments. Experiències de col·laboració entre cuiners i productors". RuralCat, Ed.) Dossier tècnic(86),8-12.

Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació. (juliol de 2020). *Portal de dades obertes de Catalunya*. Recollit de Productors adherits a la Venda de Proximitat: <https://analisi.transparenciacatalunya.cat/Comer-/Productors-adherits-a-la-venda-de-proximitat/xmyy-7xqi/data>.

Grup de Treball d'Espais Agraris. (2016). *Espais agraris. Definició i indicadors per a la seva caracterització*. Fundació del Món Rural.

MONTASELL, J. (2018). *Els espais agraris a Catalunya, 1978-2018*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans. doi: 10.2436/15.0110.22.12.

Autoria



Rocío Díaz Hernández

Periodista, cap de Projectes de l'Institut Català de la Cuina. rocionicolle@hotmail.com

AGRUPAR LA PAGESIA per impulsar la Venda de Proximitat



El Rebost de Can Moragues. Foto: Fundació Emys.



Espai de promoció del projecte Territori de Masies. Foto: Territori de Masies.

01. Introducció

L'any 2016, la Generalitat de Catalunya publicava per primer cop una convocatòria d'ajuts cofinançats amb els fons FEADER adreçats a productors/es agraris/àries que adoptessin estratègies d'agrupació i cooperació per fomentar la Venda de Proximitat i els mercats locals. Aquesta línia d'ajuts va estar en vigor durant 3 convocatòries consecutives fins que recentment, al gener de 2020, ha estat substituïda per una nova línia d'ajuts de *minimis*, també de promoció i foment de la Venda de Proximitat a Catalunya.

El resultat d'aquests 4 anys de finançament de projectes d'agrupació de la pagesia ha estat l'aparició de Bones

Pràctiques de cooperació entre productors/es que poden servir de models per a l'impuls de la Venda de Proximitat.

Aquest article exposa dues experiències d'èxit que han adoptat el segell de Venda de Proximitat com a carta de presentació d'una pagesia compromesa amb el seu territori i connectada directament amb els/les consumidors/es.

En primer lloc, El Rebost de Can Moragues, a Riudarenes, és un espai gastronòmic de venda i degustació de productes locals, de temporada i ecològics. La Fundació Emys va impulsar aquest projecte amb l'objectiu de vincular la pagesia local a la conservació de la biodiversitat i la gestió sostenible de l'entorn.

Presentem dues experiències d'èxit que han adoptat el segell de Venda de Proximitat com a carta de presentació d'una pagesia compromesa amb el seu territori.

En segon lloc, Territori de Masies és un projecte integral de dinamització dels pobles del Baix Solsonès que posa en valor la comercialització del producte de la pagesia local i promou unes relacions justes entre productors/es, consumidors/es, el turisme i el territori.

02. Models innovadors d'agrupació de la pagesia

La Fundació Emys, impulsora del Rebost de Can Moragues, és una entitat ambiental sense ànim de lucre que treballa per a la protecció de la natura i la conservació de la biodiversitat. És en aquest sentit que han articulat un projecte que situa la pagesia com l'aliada principal per conservar la natura. Nou agricultors/es de la Selva han signat els Acords de Custòdia del Territori amb la Fundació Emys per proveir la botiga i el restaurant del Rebost de Can Moragues a canvi del compromís de fer compatible l'activitat agrària i la conservació de la natura.

Amb l'eina dels Acords de Custòdia del Territori, la Fundació Emys assessora els/les productors/es en agroecologia i tècniques de producció agrària respectuoses envers la biodiversitat. I els/les productors/es aporten els seus productes ecològics i de proximitat al restaurant i a la botiga del Rebost de Can Moragues (circuit curts de comercialització), abasteixen el servei de repartiment a domicili (venda directa) i, a més, venen la seva producció a l'obrador de Can Moragues on persones amb diversitat funcional elaboren melmelades i conserves ecològiques.

El Rebost de Can Moragues representa un model d'agrupació de la pagesia que s'uneix sota el compromís de la conservació del patrimoni natural per oferir un ventall de maneres de comercialitzar la producció local a través de la Venda de Proximitat.

El Rebost de Can Moragues representa un model d'agrupació de la pagesia que s'uneix sota el compromís de la conservació del patrimoni natural.

Per la seva banda, Territori de Masies és un projecte de llarg recorregut que es gesta l'any 2013 com a associació i que actualment s'ha transformat en una cooperativa rural sense ànim de lucre. Territori de Masies Coop agrupa pagesia, entitats, persones consumidores, projectes culturals, de restauració o turístics i veïns i veïnes del Baix Solsonès. L'arrelament de la pagesia al territori és l'eix transversal d'aquesta cooperativa rural que ha aconseguit desplegar una bateria d'activitats adreçades al consum i la comercialització dels productes locals a través de la Venda de Proximitat, però també a l'impuls i la promoció de projectes econòmics de desenvolupament rural compromesos amb el territori.

Actualment, Territori de Masies compta amb 36 socis un terç dels quals són productors/es agraris, un altre terç són socis/sòcies de consum i l'última tercera part està formada per entitats o empreses sòcies de serveis.

Territori de Masies ofereix un model que supera l'agrupació estricta de la pagesia, i que en realitat agrupa la gent d'un territori, el Baix Solsonès.

03. Resoldre necessitats a través de la cooperació

El projecte del Rebost de Can Moragues ha ofert a la pagesia l'oportunitat de posar en valor el seu producte identificant-ne la traçabilitat. Amb paraules del director de la Fundació Emys, Marc Vilahur, "conèixer la traçabilitat dels aliments és el que ha d'aportar dignitat al món rural, saber què consumim i d'on ve és la manera de ser conscients de la feina que hi ha rere cada aliment".

Partint d'aquesta premissa, es comprèn perfectament que la pagesia agrupada en el projecte no té com a objectiu accedir al gran mercat, sinó que la seva necessitat és generar producte local de qualitat. Amb la Fundació Emys, han trobat qui els ajuda a fer-ho.

La pagesia agrupada i la Fundació Emys han fet una aposta conjunta per la planificació de la producció de varietats locals, l'ús d'energies renovables, la gestió agroecològica i la conservació del mosaic agroforestal. El resultat per als productors ha estat l'augment de la Venda de Proximitat: el conjunt d'activitats de Can Moragues ja utilitza el 30% de producció local i de temporada, i en el cas del restaurant el 75% del producte utilitzat és dels/de les pagesos/es signants dels acords de custòdia. Cal destacar, a més, que tots/es els/les productors/es han optat també per fer venda directa.

Per la seva banda, quan Territori de Masies va néixer com a associació tenia la vocació de resoldre les necessitats dels agents que vivien del territori, però durant els anys les necessitats han deixat de ser el motor d'aquesta agrupació; actualment, la força tractora del projecte és la "voluntat" mateixa d'agrupar-se. El seu objectiu és, d'una banda, generar un ideari potent de cooperació que cohesioni el Baix Solsonès, que posicioni com a protagonistes d'aquesta cooperació intersectorial els projectes petits i arrelats: les cases rurals, els restaurants i la pagesia. D'altra banda, han reforçat els circuits curts de comercialització, amb la qual cosa han visibilitzat més i millor la venda directa en les finques dels/de les productors/es i situat el consum de proximitat com un pilar fonamental de la cooperativa a través de la venda en línia i l'agrobotiga.

El precedent a la comarca de la cooperativa rural Biolord els va servir com a model de referència en el moment en què l'associació va quedar petita i calia trobar un model clarament enfocat a l'activitat econòmica. Malgrat que les cooperatives rurals encara no són gaire conegudes al territori, s'estan utilitzant cada cop més per a projectes que cerquen vincular l'activitat agrària a altres activitats de desenvolupament rural.

04. L'ús del segell de Venda de Proximitat

El projecte del Rebost de Can Moragues ha trobat en el segell de Venda de Proximitat un aliat clau en la seva aposta de visualització de la traçabilitat del producte local. Malgrat que són conscients que l'impacte del segell en el consumidor va a poc a poc, consideren que “el productor hi ha de creure, és la manera que tenim de demostrar al consumidor que existeix un altre model de consum”. I en aquest objectiu els ha ajudat molt la incorporació del xef Sergi de Meià al Rebost de Can Moragues, reconegut com un dels principals ambaixadors del segell i el producte de proximitat entre els/les restauradors/es.

En el mateix sentit, Territori de Masies també ha fet una aposta pel segell de Venda de Proximitat. Precisament un dels serveis que ofereix la cooperativa és l'assessorament als/a les petits/es productors/es per fer la sol·licitud del segell.

Marina Vilaseca, coordinadora del projecte de Terra de Masies i membre de L'Arada, aporta la seva anàlisi sobre el segell de Venda de Proximitat al Solsonès: “Constatem que és un segell que cada cop s'utilitza més, bona part de la petita pagesia del Solsonès l'utilitza i

els consumidors el reconeixen”. Al Solsonès, el segell ha esdevingut una cobertura útil per als projectes que volen destacar la seva vinculació al territori, especialment per als petits.

És per això que la marca Territori de Masies ha adoptat el segell de Venda de Proximitat en tots els materials i espais de promoció del projecte, i el fa present en els materials comercials o el catàleg de serveis als/a les socis/sòcies, com ara l'agrobotiga, la venda en línia o les fires en què participen. Tot i això, Marina Vilaseca destaca que “intentem que els segells no ens condicionin; Territori de Masies és un projecte de gestió molt autònoma de l'Administració pública, guanyem en capacitat, agilitat i imaginació”.

05. Els ajuts a la Venda de Proximitat

El Rebost de Can Moragues és un dels projectes de cooperació de la pagesia que va accedir a la subvenció per promoure les cadenes curtes de comercialització i els mercats locals. Segons la valoració feta per Marc Vilahur, responsable del projecte, el finançament rebut ha estat clau per enfortir la relació de cooperació entre els/les productors/es. D'una banda, s'ha pogut desenvolupar una estratègia conjunta de posicionament de la marca El Re-

L'objectiu de Territori de Masies és generar un ideari potent de cooperació que cohesioni el Solsonès.

bost de Can Moragues basada a fer més accessible el producte al consumidor i promocionar la traçabilitat del producte local com a criteri de consum. I, d'altra banda, s'ha aconseguit dinamitzar un ecosistema de productors/es que han augmentat notablement l'intercanvi de llavors i planter de varietats locals, coneixements, espais, i s'han generat sinergies de treball en comú que han donat lloc a l'elaboració de productes conjunts a l'Obrador de Can Moragues.

En el cas de Territori de Masies, l'ajut rebut a través de la subvenció els va permetre donar un impuls definitiu al projecte i arribar a molta més gent a través d'una campanya de promoció. Segons Marina Vilaseca, aquesta línia d'ajut és fonamental “per agrupar als petits i animar-los a fer projectes conjunts”. Malgrat la utilitat que ha tingut la subvenció per al projecte Territori de Masies, constaten que la Venda de Proximitat necessita ajudes adreçades



Botiga del Rebost de Can Moragues. Foto: Fundació Emys.



Espai de promoció del projecte Territori de Masies. Foto: Territori de Masies.



Melmelada de Can Moragues. Foto: Fundació Emys.

a la logística i la distribució, especialment per a aquells projectes que agrupen diversitat de productors/es.

Al Solsonès, el segell ha esdevingut una cobertura útil per als projectes que volen destacar la seva vinculació al territori, especialment per als petits.

06. Conclusions: els reptes de la Venda de Proximitat a Catalunya

L'experiència del Rebost de Can Moragues demostra, a criteri dels seus responsables, que el/la productor/a local no ha d'intentar competir a través del gran mercat sinó incidir en la cultura del consumidor: "la gent ha de creure en les maneres de comercialitzar que t'acosten al productor", conclou Marc Vilahur.

Per al director de la Fundació Emys, el repte principal és recuperar la Venda

de Proximitat com a valor cultural de la pagesia, i per fer-ho demana una llei específica per a la petita pagesia, que, com en el cas francès, diferenciï les obligacions que cal complir per comercialitzar segons la mida del/de la productor/a.

En el mateix sentit s'expressen a Territori de Masies: aposten per la Venda de Proximitat perquè és una manera de promocionar els valors agraris per damunt de l'agroindústria i demostrar el compromís amb el territori. En paraules de Marina Vilaseca, "la Venda de Proximitat és una eina de protecció de la pagesia i expressa la solidaritat amb la pagesia; la Venda de Proximitat té una dimensió política".

L'experiència de Territori de Masies els ha permès analitzar quins són els reptes de la Venda de Proximitat a Catalunya, i en destaquen tres: aconseguir que els ajuts arribin directament al/a productor/a i no a entitats tècniques intermediàries; que el concepte de la Venda de Proximitat no sigui tan ambigu que s'acabi allunyant de l'objectiu d'aconseguir impacte local, i, finalment l'aposta per la planificació de la producció, especialment entre els/les productors/es petits/es que s'agrupen.

Tant El Rebost de Can Moragues com Territori de Masies demostren ser exemples de compromís amb la Venda de Proximitat. Ambdues experiències han desenvolupat models innovadors que, a través de l'agrupació de la pagesia i la cooperació amb altres agents del territori, aconsegueixen la viabilitat de les explotacions agràries mitjançant la comercialització amb circuits curts i la venda directa.

Per a saber-ne més

ORDRE ARP/178/2020, de 19 d'octubre, per la qual s'aproven les bases reguladores dels ajuts de minimis destinats a la promoció i foment de la venda de proximitat a Catalunya.

RESOLUCIÓ ARP/2610/2020, de 21 d'octubre, per la qual es convoquen els ajuts de minimis corresponents a l'any 2020-2021 per a la promoció i foment de la venda de proximitat a Catalunya.

RESOLUCIÓ ACC/1925/2021, de 16 de juny, per la qual es convoquen els ajuts de minimis corresponents a l'any 2021-2022 per a la promoció i el foment de la venda de proximitat a Catalunya.

www.canmoragues.org

www.territoridemasies.cat

El repte principal és recuperar la Venda de Proximitat com a valor cultural de la pagesia.

Autoria



Gerard Nogués Balsells

Soci-treballador de l'Economat, SCCL.

gerard@leconomatdelcamp.coop

PROJECTE INTERREG POCTEFA

Tr3s local

01. Introducció

L'any 2016, la Sub-direcció General d'Indústries i Qualitat Agroalimentàries del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació (DARP), actualment DACC, va presentar un projecte dins la segona convocatòria de projectes Interreg POCTEFA 2014-2020 amb l'objectiu de promocionar el segell de la Venda de Proximitat i donar suport als productors i les productores que fan venda directa i en circuit curt. Aquest projecte, anomenat Tr3s local i impulsat pel Servei de Promoció de la Qualitat Agroalimentària, va obtenir la major puntuació entre els 62 projectes programats en la convocatòria.

El programa Interreg POCTEFA pretén reforçar la integració econòmica i social de la zona transfronterera Espanya-França-Andorra a través de la cooperació transfronterera. La seva ajuda es concentra en el desenvolupament d'activitats econòmiques, so-

cials i mediambientals transfrontereres a través d'estratègies conjuntes a favor del desenvolupament territorial sostenible. Els projectes Interreg POCTEFA estan cofinançats pel Fons Europeu de Desenvolupament Regional (FEDER) en un 65%.

02. Socis

El DARP es va associar amb dues entitats de dos territoris francesos pròxims a Catalunya que tenien experiència en la Venda de Proximitat per poder compartir experiències, generar sinergies i poder obrir nous espais de col·laboració.

Aquests socis són la Cambra d'Agricultura dels Pirineus Orientals, amb seu a Perpinyà, i la Cambra d'Agricultura de l'Arieja, amb seu a Foix. La proximitat geogràfica i cultural entre aquests territoris és una oportunitat per reforçar la cooperació, establir sistemes compartits de comercialització i

instruments de suport a les empreses i potenciar la visibilitat dels productes de proximitat.

És important preservar un model on la qualitat dels aliments i la sostenibilitat de les pimes siguin l'eix fonamental del desenvolupament econòmic dels territoris veïns.

03. Pressupost i durada

La durada del projecte era prevista per tres anys, del gener de 2018 al desembre de 2020. L'aturada de moltes de les activitats previstes per a l'any 2020 a causa de la pandèmia en va fer ampliar el termini fins al març del 2021.

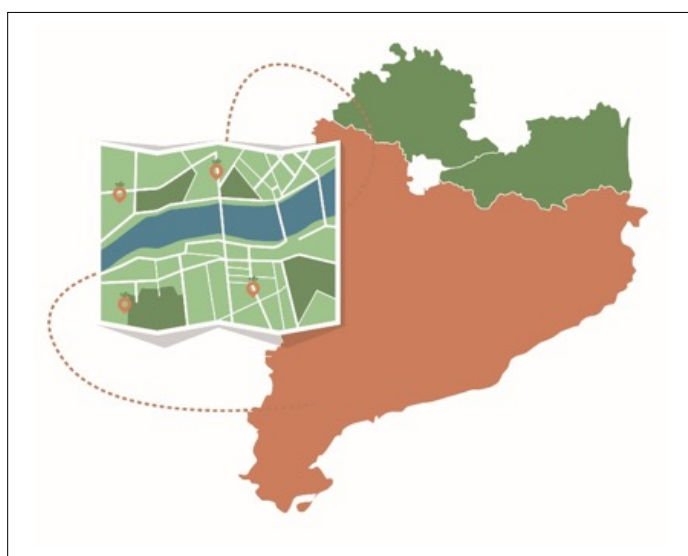
El pressupost total són 892.000,00 €, dels quals el DARP aportà 488.957 €, la Cambra d'Agricultura de l'Arieja 202.492 € i la Cambra d'Agricultura dels Pirineus Orientals 200.551 €. L'ajuda del FEDER suposa un 65% de la despesa del projecte.



Logotip dels projectes Interreg. Font: POCTEFA Tr3s Local..



Logotip del projecte Interreg. Font: POCTEFA Tr3s Local.



Imatge de les tres regions associades en el projecte. Font: POCTEFA Tr3s Local.

04. Objectius

L'objectiu general del projecte és acompanyar les pimes del sector agroalimentari en el procés de desenvolupament de circuits directes de comercialització per fer més sostenibles les seves activitats. En el cas de Catalunya, l'objectiu és promocionar i fer difusió de la Venda de Proximitat, d'una banda donant suport als/a les productors/es que utilitzen o volen començar a utilitzar el segell de Venda de Proximitat com a principal mètode de comercialització i, de l'altra, conscienciant els consumidors sobre la importància de consumir producte local.

El projecte engloba diferents activitats adreçades a professionalitzar els/les productors/es, com ara les formacions

L'objectiu principal del projecte a Catalunya és la promoció del segell de Venda de Proximitat donant suport als/a les productors/es i conscienciant els consumidors.

i els assessoraments personalitzats, i d'altres adreçades als consumidors a fi de donar a conèixer el segell i aquesta forma de comercialització a la població, aquestes últimes adreçades tant a l'edat adulta com a la població infantil. El projecte acaba amb la presentació de dues eines telemàtiques que donen suport a les empreses productores que fan Venda de Proximitat a l'hora de comercialitzar els seus productes, i faciliten trobar i adquirir aquests productes al consumidor.

05. Actuacions

El projecte s'estructura en una sèrie d'accions que inclouen diverses activitats. Aquestes activitats han estat programades conjuntament amb els socis, però cada soci les ha adaptades a les seves necessitats i objectius particulars. A part de les activitats individuals per territori, algunes activitats s'han dut a terme de manera conjunta amb els socis per poder compartir experiències i metodologies d'acompanyament, crear vincles transfronterers i aprendre'n uns dels altres.

05.01 Activitats de comunicació

S'han impartit dues classes d'activitats de comunicació que han servit per fer

difusió del projecte conjuntament amb els socis i, a Catalunya, s'han utilitzat per promocionar la Venda de Proximitat.

05.01.01 Promoció i difusió del projecte Interreg POCTEFA TR3S LOCAL

S'han obert i dinamitzat els comptes de les xarxes socials Twitter (@tr3slocal), Instagram (poctefatr3slocal) i Facebook (@PoctefaTr3sLocal). S'ha dissenyat i posat en marxa la web del projecte tr3slocal.eu. Finalment, s'ha editat un vídeo per explicar els objectius del projecte (Youtube: agriculturacat).

A partir de tots aquests elements, i alguns d'altres com un fullet informatiu i un desplegable, els agents implicats han pogut seguir l'evolució del projecte, les diferents activitats que s'han dut a terme i els seus resultats.

05.01.02 Promoció de la Venda de Proximitat

Pel que fa a la promoció de la Venda de Proximitat, s'han reeditat materials promocionals com el cartell de "Busca'ls" i unes llibretetes amb la imatge promocional del segell. També s'ha dissenyat la primera edició del Decàleg de la Venda de Proximitat: les 10 raons per comprar productes amb el distintiu de la Venda de Proximitat, una guia d'ús del logotip de Venda de Proximitat i una guia de restaurants que fan servir productes de proximitat.

05.02 Anàlisi de l'impacte del distintiu de Venda de Proximitat

S'ha encarregat un informe per analitzar l'evolució del distintiu de Venda de Proximitat des de la seva aplicació l'any 2013 fins a l'any 2018 (vegeu l'article número 3). L'informe, que es pot trobar complet a la web tr3slocal.eu, analitza els elements normatius del Decret 24/2013, de 8 de gener, sobre l'acreditació de la Venda de Proximitat de productes agroalimentaris (Decret que ha estat posteriorment modificat durant l'any 2019). Analitza l'impacte



Formació i trobada de socis a Argelès-sur-Mer. Font: POCTEFA Tr3s local

que ha tingut el seu ús per tipus de productes, tipus de productor/a, canals de distribució i territori, i analitza també la demanda dels consumidors. Acaba amb unes conclusions que inclouen una anàlisi DAFO.

A més, com a part d'aquesta anàlisi del segell de Venda de Proximitat, es van fer dues trobades amb els socis per compartir la situació actual i les Bones Pràctiques, identificades prèviament, a cada un dels territoris socis.

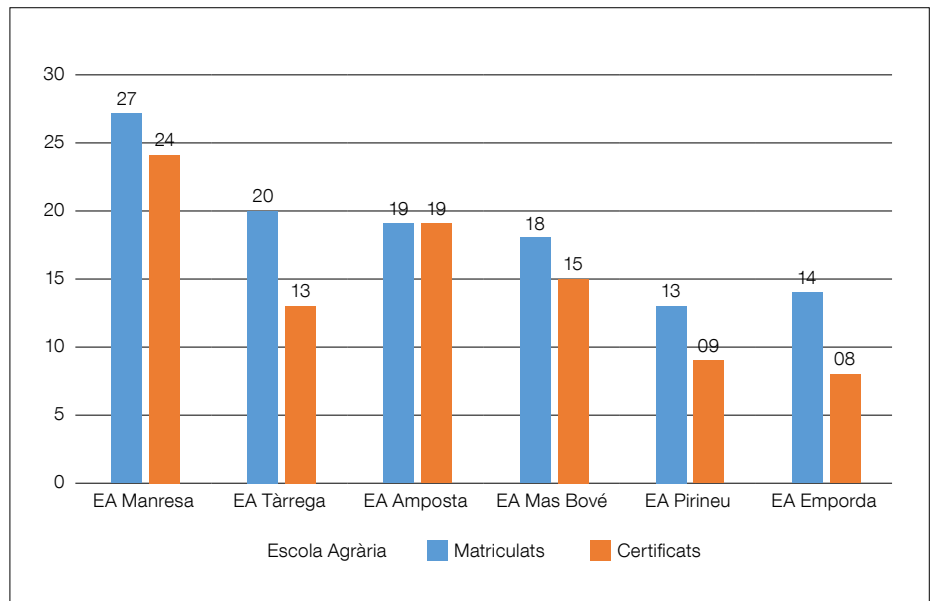
05.03 Acompanyament i suport integral als/a les productors/es

El tercer bloc d'activitats ha anat adreçat als/a les productors/es amb l'objectiu de millorar la sostenibilitat i la competència de les seves empreses, donar-los suport en diferents àmbits i assessorar-los. Per impulsar les activitats de comercialització directa, també han rebut suport els restaurants i altres establiments com ara allotjaments rurals o botigues, ja que són un dels principals consumidors de productes locals i han de poder crear vincles amb els sectors productius.

El projecte ha donat suport empresarial a 134 productors/es de Venda de Proximitat en jornades de formació i assessorament personalitzat.

05.03.01 Formacions

Durant el març i l'abril de 2019, es va organitzar una formació en 6 de les escoles agràries del DARP que consistia en 5 blocs formatius que es van impartir durant 5 jornades. Les escoles agràries que van oferir la formació van ser les següents: EA Amposta, EA Manresa, EA Empordà, EA Pirineu, EA Tàrrrega i EA Mas Bové, intentant



Seguiment de les formacions per escoles. Font: elaboració pròpia.

així que estiguessin repartides per tot el territori català. La formació anava adreçada a productors/es acreditats/ades per a la Venda de Proximitat o amb ganes d'acreditar-s'hi. Els blocs impartits van ser els següents:

- Com fer correctament la Venda de Proximitat.
- Com tenir èxit en el mercat digital.
- Crea la teva estratègia de comercialització.
- Costos i rendibilitat de la meua activitat.
- Model cooperatiu. Model d'èxit.

A més, es va fer una sessió formativa juntament amb els socis que va tenir lloc a Argelers de la Marenda (en francès, Argelès-sur-Mer) (Pirineus Orientals), on van participar formadors dels tres territoris socis. L'objectiu de la formació era, a partir de les experiències de cada soci, buscar la manera d'incentivar els/les productors/es a participar en les sessions formatives que s'ofereixen al llarg de l'any a tot el territori, i millorar la presentació i el plantejament d'aquests cursos perquè siguin més profitosos, beneficiosos, dinàmics i d'interès per a les empreses productores.

05.03.02 Assessoraments

Es van oferir quatre tipus d'assesso-

rament personalitzat a productors/es adherits/ides a la Venda de Proximitat. Cada assessor dedicava fins a un màxim de 10 hores a cada productor o productora inscrit/a. Aquestes hores van incloure una diagnosi prèvia i visites de treball presencials.

Segons el tipus d'assessorament ofert, hi va haver les inscripcions següents:

- Comunicació digital: 13 inscripcions.
- Requeriments per iniciar la venda directa: 8 inscripcions.
- Comptabilitat i costos: 8 inscripcions.
- Gestió empresarial: 13 inscripcions.

05.03.03 Grups de treball sectorials i intersectorial

S'han organitzat un total de 10 reunions sectorials i intersectorial, en l'àmbit de Catalunya i en l'àmbit transfronterer. Cal destacar-ne la jornada de presentacions de Models de comercialització conjunta de productes agroalimentaris locals que va tenir lloc el novembre de 2019 en el marc del Fòrum Gastronòmic, on cada soci va presentar un projecte local de comercialització conjunta als altres socis del projecte. En aquesta jornada, s'hi van convidar diferents agents dels sectors productius, restauradors i comerciants. També cal destacar l'Speed

networking que va tenir lloc en el marc de la Fira Àpat, a l'octubre de 2019, on es van posar cara a cara, en un període breu de temps, productors/es de Venda de Proximitat amb restauradors i comerciants de Catalunya per crear sinergies i realitzar intercanvis comercials.

05.03.04 Acompanyament a fires i mercats

El setembre de 2019, amb l'objectiu d'introduir-los a la venda pel canal de fires i mercats, es van acompanyar quatre empreses productores de Venda de Proximitat catalanes a Acs (en francès, Ax-les-Thermes) (l'Arieja) a participar en la fira Festival des Saveurs. Era prevista una segona fira als Pirineus Orientals durant la primavera de 2020 que es va haver de cancel·lar a causa de l'emergència de la COVID-19.

D'altra banda, es van convidar productors/es dels territoris socis a participar a la fira Orígens d'Olot que va tenir lloc el novembre de 2019. El projecte Tr3s local va participar a la fira com a "territori convidat". Per part de Catalunya, van ser empreses de les associacions d'empresaris productors de Venda de Proximitat les escollides per representar el projecte.

05.04 Oferta comercial i turística

Finalment, per completar les activitats del projecte Tr3s local, s'han realitzat una sèrie d'activitats adreçades al consumidor que han consistit en activitats educatives i de sensibilització i en la creació d'una oferta turística lligada al producte de proximitat.

05.04.01 Càpsula VdP Gustum - Sensibilització en l'etapa escolar

La cúpula Gustum és una proposta pedagògica que consisteix en un inflable en forma de cúpula que permet la immersió del públic en una experiència visual 360°. El projecte Gustum està liderat pel grup Leader de Ponent amb l'objectiu de donar a conèixer i valorar la producció agroalimentària de l'àmbit rural, els productes que s'hi elaboren, el paisatge que generen i quin impacte té el consum d'aquests productes en la nostra economia i tradicions. El projecte Tr3s local ha editat un vídeo perquè sigui visionat dins la cúpula Gustum, el qual explica el concepte de Venda de Proximitat a Catalunya.

La cúpula Gustum està orientada a infants de Cicle Mitjà i Superior de Primària.

En el marc del projecte Tr3s local, s'ha instal·lat la cúpula Gustum en tres fires gastronòmiques de referència, on un total de 2.400 visitants han pogut veure el vídeo de Venda de Proximitat.

Durant l'últim trimestre de 2020, era previst, en col·laboració amb el Departament d'Educació de la Generalitat, poder instal·lar la cúpula i emetre el vídeo 360° de Venda de Proximitat a un mínim de tres escoles de Barcelona. A causa de l'emergència de la COVID-19, aquesta actuació va quedar posposada.

05.04.02 Benvinguts a pagès tot l'any

Després d'anitzar l'oferta turística al voltant del producte agroalimentari local de Catalunya, es van definir estratègies competitives i màrqueting per a l'estructuració d'un nou producte turístic al voltant del producte agroalimentari local de Catalunya. Aquest nou producte turístic es va treballar conjuntament amb Prodeca i l'Agència Catalana de Turisme i va donar lloc al Benvinguts a pagès tot l'any.

Actualment, s'està posant en marxa la nova oferta del Benvinguts a pagès tot l'any. Aquesta oferta consisteix en un recull d'experiències de visites a productors/es durant tot l'any. L'objectiu principal és consolidar una oferta de visites a explotacions catalanes amb una experiència atractiva i competitiva al mercat, que fomenti la Venda de Proximitat, contribueixi a la revalorització de la pagesia i al coneixement del producte local i serveixi com a complement a les rendes agràries.

Dins d'aquesta mateixa actuació, s'ha inclòs un programa d'acompanyament a aquelles empreses que estiguin interessades a participar al projecte però no compleixin alguns dels requisits mínims establerts per formar-ne part. S'han fet 22 assessoraments, i en una primera fase, s'han inscrit més de 70 productors.



Participació al Festival des Saveurs (Acs). Foto: POCTEFA Tr3s Local.

Podeu accedir al portal de Benvinguts a pagès tot l'any en l'adreça següent: <https://www.benvingutsapages.cat>.



Logotip del Benvinguts a pagès tot l'any. Font: POCTEFA Tr3s Local.

Sota el paraigua de la marca Benvinguts a pagès, hi ha 2 actuacions: Benvinguts a pagès tot l'any i Benvinguts a pagès, la festa.

05.04.03 Gastroteca

La Gastroteca és el portal web de comercialització de referència dels productes agroalimentaris locals i singulars de Catalunya. Es va crear a finals de 2007 amb la finalitat de promoure els productes agroalimentaris locals, i durant aquest darrer any 2020 se n'ha actualitzat el disseny juntament amb el contingut. En aquesta fase de l'actualització, s'ha prioritzat la inclusió dels/de les productors/es de Venda de Proximitat.

La nova Gastroteca ha de servir com a eina de suport a les iniciatives comercials adreçades a millorar la competitivitat de les empreses del sector agrari i agroalimentari i afavorir el seu accés als mercats, tots interactuant conjuntament amb altres iniciatives de l'àmbit gastronòmic i turístic. El Tr3s local ha donat suport als productors de Venda de Proximitat per facilitar-los la inscripció a la nova pàgina web.

Els/les productors/es del sector agroalimentari que disposen del segell de Venda de Proximitat es troben iden-

tificats sota l'apartat "On comprar > Compra a pagès", i també es poden geolocalitzar per territori. Qualsevol productor/a adherit/ida a la Venda de Proximitat en pot formar part.

Per dinamitzar la nova web, el Tr3s local ha ofert 61 sessions professionals de fotografia a diferents productors/es adherits/ides a la Venda de Proximitat que volien formar part de la Gastroteca a fi de poder complementar els seus perfils amb aquestes fotografies.

Podeu accedir al portal de la Gastroteca en l'adreça següent:

<https://www.gastroteca.cat>.

GASTROTECA.CAT

Logotip Gastroteca. Font: POCTEFA Tr3s Local.

06. Coordinació i seguiment del projecte

Al llarg del projecte, s'han fet tres reunions de coordinació anuals amb els socis que s'han completat amb reunions per videoconferència per fer el seguiment de la posada en marxa de certes actuacions.

Les reunions de coordinació presencials han servit per compartir metodologies d'acompanyament a productors que fan venda directa o en circuit curt de productes de proximitat i per fer visites a diferents iniciatives en cada territori. Així, aprofitant una reunió a Foix, es va visitar la Plataforma Terroirs Ariège Pyrénées que abasteix les cuines col·lectives de l'Arieja amb productes locals i també es va visitar un productor que n'és proveïdor. A Perpinyà, es va visitar la zona on venen directament els productors en el Mercat Central a l'Engròs i la botiga Oh! Délices Paysans, on fan torns els/les productors/es per vendre els productes de tothom qui hi està associat. A Catalunya, es va visitar el Parc Agrari del Baix Llobregat i diferents ini-

ciatives lligades al segell de Venda de Proximitat d'aquesta comarca.

En el darrer període del projecte, les reunions de coordinació amb els socis han passat a fer-se totes en format virtual a causa de la pandèmia.

Internament, en cada territori també s'han anat fent reunions de seguiment i coordinació local. A Catalunya, s'han fet cada dues setmanes i han servit per poder dur a terme totes les activitats que s'havien proposat en el projecte, excepte alguna activitat presencial que per les restriccions de la pandèmia no s'ha pogut realitzar durant l'any 2020.

07. Capitalització del projecte

La continuïtat dels resultats del projecte més enllà de la seva durada temporal també forma part dels objectius del projecte.

Fer difusió i transferència dels seus resultats i el fet de donar-los visibilitat faran que augmenti el seu impacte més enllà del període de durada del projecte mateix.

Les iniciatives digitals que s'han impulsat a través del projecte, la Gastroteca i Benvinguts a pagès tot l'any, tindran continuïtat i serviran per promoure els/les productors/es de productes de proximitat a Catalunya.

Autoria



Anna Corney Riera

Enginyera agrònoma.
Direcció general d'Empreses Agroalimentàries, Qualitat i Gastronomia. DACC.
anna.corney@gencat.cat



Anna Castellví Méndez

Responsable d'Assessorament Tècnic.
Direcció general d'Empreses Agroalimentàries, Qualitat i Gastronomia. DACC.
anna.castellvi@gencat.cat

10 Raons per el buscar el segell



El logotip acredita que és producte **produït i venut** directament pels nostres **pagesos i pageses**

1

Per saber què hi ha darrere dels productes agroalimentaris que vas a comprar, fxa't en el distintiu oficial.

Quan **compres en origen**, coneixes directament les **productores i els productors** i poses en valor la seva feina

2

Estalvies en transport: contribueixes a **rebaixar** la petjada **ecològica**

3

Consumeixes **productes** de **temporada**, més **frescos i nutritius**

4

Contribueixes a mantenir les **varietats autòctones** i la **biodiversitat**

5

Promoues l' **economia local** i el **desenvolupament socioeconòmic** del nostre **territori**

6

Cuines amb els aliments que formen part de la nostra **cultura gastronòmica** i dones **autenticitat** a la teva cuina

7

Garanteixes que el nostre **territori** es mantingui **viu** amb les **productores i els productors** com a protagonistes

8

El sector **productor** rep un **preu just** i raonable

9

Consumeixes de forma **responsable**, tenint en compte els **valors mediambientals, ètics i socials** dels **productes**

10

TROBA'L



agricultura.gencat.cat/vendadeproximitat



Parlem amb: LLORENÇ LLOP

Llorenç Llop Manuel és el President de la Federació de Productors de la Venda de Proximitat a Catalunya. És productor de fruita i hortalissa, i també elaborador de melmelades a Bellocaire d'Urgell (La Noguera).

La Federació d'Empresaris Productors de Venda de Proximitat de Catalunya neix amb l'objectiu de fomentar el consum de productes de proximitat i de dinamitzar el territori tot agrupant el major nombre de productors adherits a la Venda de Proximitat de diversos sectors agroalimentaris. Actualment, compta amb més de 250 productors i col·lectius de productors repartits per les cinc associacions que formen la Federació. Un dels projectes que lidera, conjuntament amb l'Institut del Patrimoni Culinari Català i la PIMEC i el suport del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural, és la Llotja de Productes de Proximitat, que vol donar suport a la compra de productes de proximitat de les empreses de restauració col·lectiva que donen servei de menjadors escolars. El projecte permet agrupar sota un mateix paraigua empreses i entitats amb l'objectiu de promoure un model innovador de plataforma de compra de productes de proximitat per als menjadors de les col·lectivitats, programar les necessitats de productes i pactar un preu just per als productors. El projecte s'engloba dins del Pla estratègic d'alimentació 2021-2026 aprovat pel Govern de Catalunya i publicat al DOGC l'11 de febrer de 2021

Per què has apostat per fer Venda de Proximitat?

Crec que és una manera de donar un valor afegit al nostre producte i de rendibilitzar més el que estem produint.

Quins creus que són els punts forts i punts febles del model de Venda de Proximitat basat en la comercialització a Catalunya? Quins avantatges hi veus en relació amb altres models?

El punt més fort crec que és la demanda que hi ha actualment al mercat i el tracte personalitzat i humà que tens amb els consumidors. Com a punts febles, potser els tenim els productors, ja moltes vegades som massa individualistes i ens costa d'anar tots plegats, que és quan realment podem satisfer la demanda que hi ha actualment.

“El punt més fort del model de Venda de Proximitat és la demanda que hi ha actualment al mercat i el tracte personalitzat i humà que tens amb els consumidors”

Creus que l'ús del logo/distintiu de la Venda de Proximitat té un impacte positiu sobre el consumidor?

Sí, tot i que de vegades se'n fa un mal ús. El logo té un efecte molt positiu davant el consumidor; és una eina molt potent que ens pot ajudar a crear un vincle de confiança amb el consumidor, tot i que de vegades pot portar una mica de confusió. El producte ha d'estar correctament identificat amb el segell i el número identificador del productor i no val un segell anònim com moltes vegades trobem. En aquest sentit, crec que encara ho hem de treballar més, i la Federació farà un esforç perquè així sigui.

Quins reptes teniu dins de la Federació d'Empresaris Productors de la Venda de Proximitat de Catalunya? Quants productors hi ha adherits actualment?

La Federació d'Empresaris Productors de Venda de Proximitat neix amb l'objectiu d'agrupar el major nombre de productors adherits a la Venda de Proximitat de diversos sectors agroalimentaris a fi de dur a terme conjuntament projectes que siguin beneficiosos per a tots nosaltres, projectes que no podem tirar endavant de manera individual. Així, com que la Federació treballa de manera descentralitzada, hi ha accions dirigides a les demarcacions i n'hi ha que són pensats per a tot Catalunya.

“Una de les línies de projectes que actualment treballem és la creació d'un sistema de plataforma logística de productes de proximitat perquè els productors adherits abasteixin les empreses de restauració col·lectiva que gestionen menjadors de centres escolars”

La Federació és en creixement: comptem amb més de 250 productors i col·lectius de productors repartits per les cinc associacions que formen la Federació. Una de les línies de projectes que actualment treballem conjuntament amb l'Institut Català de la Cuina i la PIMEC és la creació d'un sistema de plataforma logística de productes de proximitat perquè els productors adherits a la Federació, per tant de Venda de Proximitat, abasteixin les necessitats de les empreses de restauració col·lectiva que gestionen menjadors de centres escolars. L'objectiu és gestionar unes Llotges de Producte de Proximitat amb les quals els productors ens organitzem i pactem uns preus justos i així cobrim una quota de mercat més elevada amb la planificació de la producció per a aquestes empreses. L'èxit del projecte recau en la coordinació dels productors i les empreses gestores de menjadors escolars. Per aquest motiu, estem fent una crida a tots els productors per adherir-se al projecte a través de la nostra web (www.vendadeproxitat.cat) o el nostre correu electrònic (federacio@vendadeproxitat.cat).

Com veus el futur de la Venda de Proximitat? Creus que els consumidors valoren cada vegada més els productes produïts en l'entorn pròxim?

Sí que és veritat que cada vegada està més arrelat el concepte de la Venda de Proximitat, i això s'ha aconseguit grà-

“El Pla estratègic de l'alimentació de Catalunya és vital per al món agrícola i, sobretot, per a la venda del producte de proximitat i la supervivència d'aquest mitjà”

cies al suport que hem tingut de l'Administració i, sobretot, a la difusió que hem fet entre tothom, productors i agents polítics, perquè el consumidor faci una distinció del que és producte de proximitat i el que no ho és. Tot i això, encara queda molta feina a fer i cada vegada trobem més projectes interessants que donen eines als pagesos per ajudar-los a distribuir el seu producte, que és el seu principal obstacle, però cal que el sector treballi conjuntament per conscienciar més el consumidor.

Amb el pas dels anys, hem vist que els consumidors sí que tenen més sensibilitat sobre el fet que cal consumir productes de proximitat, però encara hi ha resistència. Ens cal treballar més la difusió per convèncer més els clients potencials.

Creus que la COVID-19 influirà en la compra d'aquests productes en el futur?

Sí, perquè la gent cada vegada és més conscient sobre la importància de respectar el medi ambient.

Com valora la Federació el Pla estratègic de l'alimentació de Catalunya 2021-2026?

És importantíssima la feina que ha fet el Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural per tenir un pla que engloba diferents línies estratègiques en diversos sectors agroalimentaris. Els tècnics no només han plantejat una guia sinó que s'han assegut a escoltar què necessiten els diferents agents que formen part de tota la cadena de valor.

El Pla estratègic de l'alimentació de Catalunya és vital per al món agrícola i, sobretot, per a la venda del producte de proximitat i la supervivència d'aquest mitjà. Per aquest motiu, l'Administració caldria que fes més esforços per divulgar-lo.

<http://vendadeproxitat.cat>

“Ens cal treballar més la difusió per convèncer més els clients potencials”

