

Procés de participació del Pla Estratègic de l'Alimentació de Catalunya 2021 - 2026

Informe de les sessions de participació en línia
Sessió territorial 3: Pirineus

13 d'octubre de 2020

El present document és fruit de les sessions de debat del procés participatiu que s'han dut a terme en el marc d'elaboració del Pla Estratègic de l'Alimentació de Catalunya 2021-2026. No té caràcter jurídic ni exposa la posició del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació.

Índex

1. Introducció: presentació del procés

- A. El Pla Estratègic de l'Alimentació de Catalunya
- B. El procés participatiu
- C. Plantejament i objectius de les sessions territorials

2. Desenvolupament de la sessió

- A. Objectius específics de la sessió
- B. Estructura i desenvolupament de la sessió

3. Recull d'aportacions

- A. Propostes
- B. Bones pràctiques de referència

4. Assistència i participació

1

Introducció: presentació del procés

- A. El Pla Estratègic de l'Alimentació de Catalunya**
- B. El procés participatiu**
- C. Plantejament i objectius de les sessions territorials**

A. El Pla Estratègic de l'Alimentació de Catalunya

La Generalitat de Catalunya impulsa una estratègia alimentària de país per al període 2021-2026. Aquesta estratègia ha d'apostar per un sistema alimentari sostenible, competitiu i arrelat al territori, que produeixi aliments accessibles, saludables i de qualitat, i que siguin reconeguts com a tals pels consumidors.

Aquest Pla estratègic de l'alimentació de Catalunya (PEAC) és la primera actuació del Consell Català de l'Alimentació, l'òrgan de participació i col·laboració, de debat i d'assessorament, consulta i proposta en matèria d'agroalimentació, impulsat pel Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació (DARP) i en el qual es troben representades totes les baules de la cadena alimentària i totes les administracions que hi treballen.

La redacció del Pla estratègic de l'alimentació de Catalunya 2021-2026 es va iniciar a la tardor de 2019 amb la posada en marxa de diferents grups de treball formats per experts dels sectors i les administracions. A partir del treball d'anàlisi i diagnosi del sistema alimentari realitzat per aquests grups, es van identificar els reptes de l'alimentació a Catalunya i es va proposar l'estructura operativa del Pla: quatre grans eixos de treball per als quals es defineixen una sèrie d'objectius estratègics que, al seu torn, es despleguen en 24 línies estratègiques.



El sistema alimentari del futur...

El Pla Estratègic de l'Alimentació de Catalunya defineix les actuacions per contribuir als següents objectius:

Objectius

...és una eina per **mitigar l'emergència climàtica**

...és econòmicament sostenible

...s'orienta cap a l'**autoproveïment**

...contribueix a **arrelar la població** i a cohesionar el territori

...reforça l'**autoestima alimentària**

...és socialment sostenible i **accessible per a tothom**

...**distribueix el valor de manera justa** entre tots els agents

...fomenta la **col·laboració i cooperació entre els actors**

...impulsa **hàbits alimentaris saludables**

...garanteix la **seguretat i la qualitat, i és de confiança**

Objectius resum PEAC

B. El procés participatiu

El procés participatiu busca involucrar la ciutadania en la definició d'aquesta estratègia alimentària, especialment els actors que formen part de la cadena de valor agroalimentària, des dels productors d'aliments fins als consumidors finals.

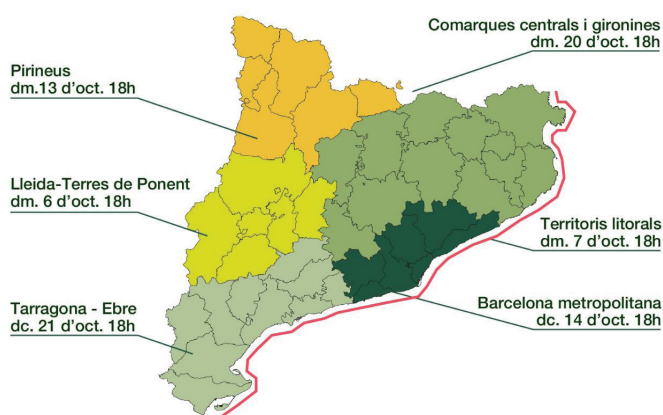
El mes de juny de 2020, es va realitzar una enquesta per definir els objectius que hauria de prioritzar el pla segons els participants, els resultats de la qual van servir per organitzar les sessions obertes a la ciutadania al llarg del mes de juny. L'objectiu d'aquestes sessions era definir propostes d'iniciatives d'actuació de les estratègies prioritzades. En les set sessions realitzades (dues de les quals adreçades específicament als col·lectius de dones i de joves), es va recollir que les estratègies a què la ciutadania donava més importància (sobre les quals hi havia més propostes) eren les següents:

- Afavorir la transició cap a models de producció alimentària sostenibles: que generin un impacte positiu en el medi ambient.
- Promoure i impulsar dietes saludables i sostenibles entre la població.
- Equilibrar la captació de valor: remuneració justa per a tots els actors de la cadena alimentària.
- Promoure una transmissió de la informació sobre els aliments veraç i transparent.
- Fomentar la consciència alimentària: ser conscients de les conseqüències de les nostres decisions de consum.

C. Plantejament i objectius de les sessions territorials

A partir dels resultats de les sessions participatives realitzades el juny, es van plantejar sis sessions territorials que abastaven tot el territori de Catalunya. L'objectiu d'aquestes sessions era:

- Concretar les propostes d'iniciatives a cada territori.
- Recollir noves propostes d'iniciatives per a cada territori que puguin enriquir el desplegament territorial del PEAC.



Distribució territorial de les sessions

A causa de la situació sanitària, les sessions es van realitzar de manera telemàtica reproduint el format de les sessions temàtiques del mes de juny: les trobades es van realitzar mitjançant la plataforma Teams, i el treball col·laboratiu a través de l'eina Miro.

2

Desenvolupament de la sessió

A. Objectius específics de la sessió

B. Estructura i desenvolupament de la sessió

La sessió adreçada als territoris del Pirineu va tenir lloc el dimarts 13 d'octubre, de 18 h a 20 h, mitjançant la plataforma de videoconferència Teams i utilitzant l'eina col·laborativa Miro per al treball de recollida i sistematització de propostes.

A. Objectius específics de la sessió

- Recopilar i compartir Bones Pràctiques i experiències del Pirineu relacionades amb les categories següents:

i. **Xarxes i espais de col·laboració:**
experiències d'organització, col·laboració i treball en equip: què necessitem per organitzar-nos millor?

ii. **Identificació de necessitats compartides entre el món rural i urbà:** experiències que contribueixen a visibilitzar les necessitats compartides entre el món rural i urbà, a trencar la dicotomia entre “món rural” i “món urbà”,

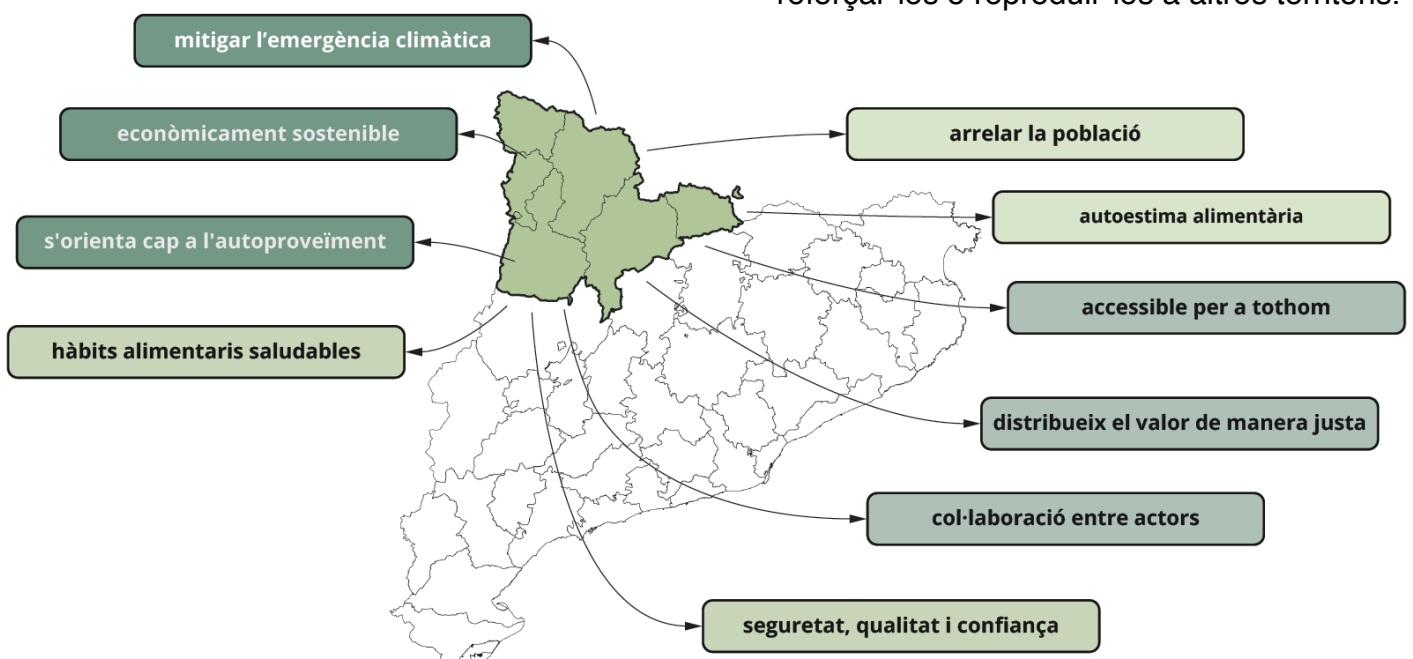
i entendre que tots dos formen part d'una única realitat, amb reptes i necessitats compartides, i crear una nova relació camp-ciutat.

iii. **Transformació digital:** etiquetatge intel·ligent, canals de venda i distribució en línia, eines digitals i necessitats tecnològiques, adaptació a les noves tecnologies (projecte AgroDigiCat).

iv. **Infraestructures de petita escala:** instal·lacions, infraestructures i serveis distribuïts pel territori que contribueixen a generar un territori ben equipat per a la producció, transformació i distribució de productes alimentaris.

v. **Altres experiències.**

- Identificar relacions i complementaritats entre aquestes experiències.
- Identificar actuacions que, des del Pla estratègic de l'alimentació, puguin contribuir a potenciar i impulsar aquestes iniciatives, reforçar-les o reproduir-les a altres territoris.



De manera complementària, un dels objectius de la sessió va ser fer un retorn dels resultats de les sessions de participació de juny, per posar en valor el treball realitzat i visibilitzar la seva influència en la redacció del Pla estratègic de l'alimentació.

B. Estructura i desenvolupament de la sessió

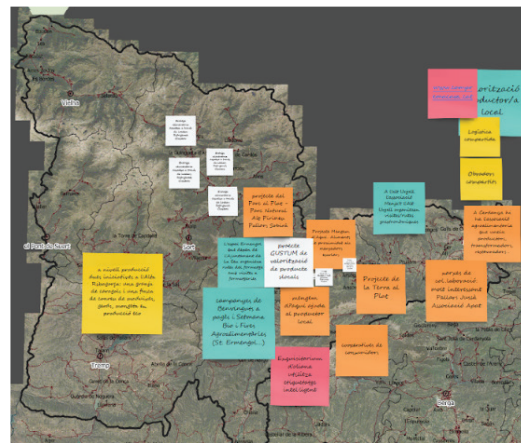
1. Presentació (30')

El senyor Carmel Mòdol, director general d'Alimentació, Qualitat i Indústries Agroalimentàries, dona la benvinguda a les persones participants i explica el context de la redacció del Pla estratègic de l'alimentació a Catalunya. Després de la presentació de les persones dinamitzadores, s'explica l'estructura i els objectius de la sessió. A continuació, es comparteixen les principals dades de participació de les sessions realitzades al juny, amb el resum de les propostes recollides i l'explicació de la manera en què van contribuir a la concreció dels objectius i estratègies del Pla.

Abans de començar el treball, cada persona es presenta explicant de quin territori ve i quina és la seva relació amb l'alimentació (si és productora, treballa a la indústria agroalimentària o a l'HORECA, o si hi participa com a persona consumidora).

2. Identificació de Bones Pràctiques (20')

Utilitzant la plataforma col·laborativa Miro, i amb el suport d'una persona dinamitzadora i una persona relatora, les persones participants dediquen una primera estona a identificar Bones Pràctiques relacionades amb les quatre categories proposades i ubicar-les al mapa. Es tracta d'un treball individual, que cada persona fa en silenci i amb una durada aproximada de 20 minuts. Com a resultat, es recullen una vintena de Bones Pràctiques, la majoria de les quals es concentren a les comarques de l'Alt Urgell i de la Cerdanya.



3. Categorització i anàlisi de les Bones Pràctiques (20')

Una segona fase consisteix a posar en comú les experiències recollides, per explorar les seves possibles complementaritats i punts en comú. Les persones participants expliquen i concreten les Bones Pràctiques identificades, i amb aquesta informació s'agrupen en grans agrupadors: serveis logístics compartits, espais i esdeveniments de promoció de la producció, turisme agroalimentari, recursos compartits i intercooperació, valorització de productes, i sistema d'etiquetatge..

4. Què ens pot aportar el Pla d'Alimentació? (20')

La tercera part del treball es dedica a recollir actuacions que es poden impulsar des del Pla de l'alimentació per fer avançar i enfortir aquestes experiències. Després d'un treball individual per escriure les propostes concretes, es fa una lectura conjunta del mapa de necessitats dibuixat de manera col·laborativa.

5. Posada en comú (10')

Es posa en comú el treball realitzat, i l'espai de torn de paraula es complementa amb aportacions a través del xat sobre les intervencions que es feien per videotrucada, per donar suport, puntualitzar o afegir aspectes als temes relacionats amb les necessitats identificades.

6. Tancament i comiat (10')

S'acaba la sessió amb l'agraïment per la feina feta a totes les persones assistents, i se les informa sobre les dates de les pròximes sessions. També s'explica que totes les propostes rebran la resposta tècnica corresponent, una vegada analitzada la seva viabilitat per incorporar-les al Pla estratègic de l'alimentació de Catalunya. El Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació expressa l'agraïment a les persones participants i el gran interès de les propostes recollides per a la redacció del Pla estratègic.

3

Recull d'aportacions

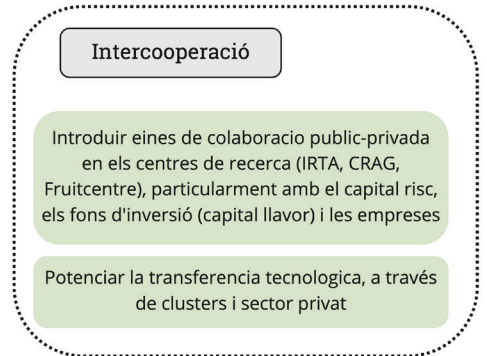
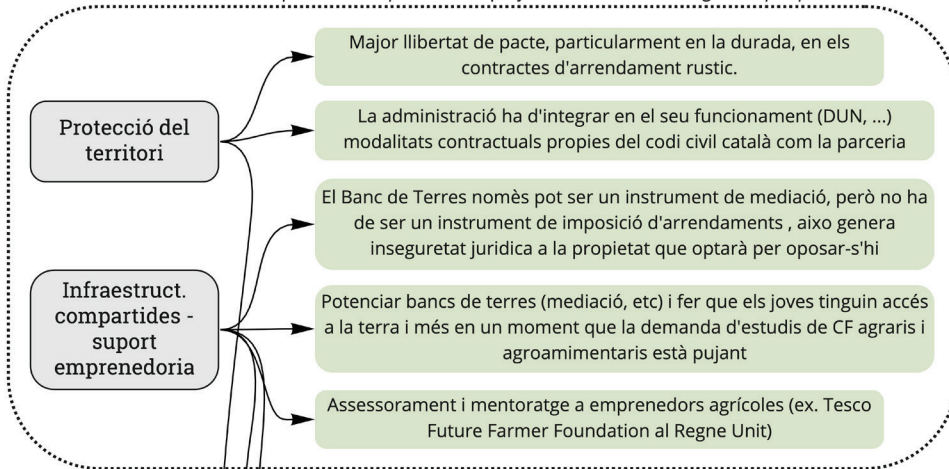
A. Propostes

B. Bones Pràctiques de referència

3 Recull d'aportacions

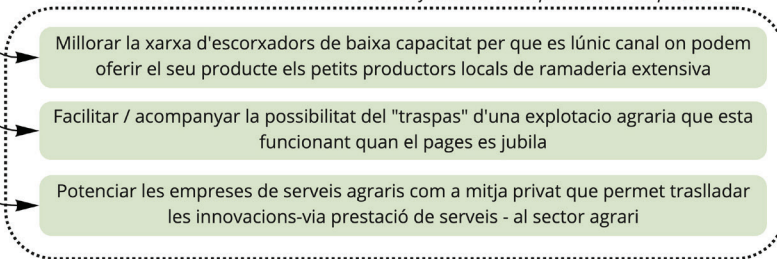
Sessió territorial 3: Pirineus

PT24 Millorar les condicions per a la incorporació dels professionals a l'activitat agrària i pesquera



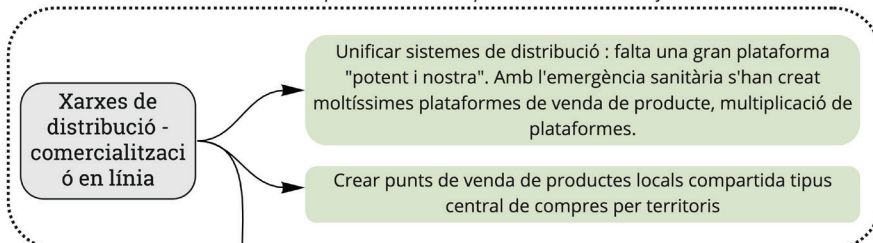
ST21 Optimitzar els sistemes productius per millorar l'eficiència productiva del sistema alimentari català

PT25 Dotar al món rural de serveis bàsics i fomentar la implantació d'empreses



centres de formació i productes de proximitat

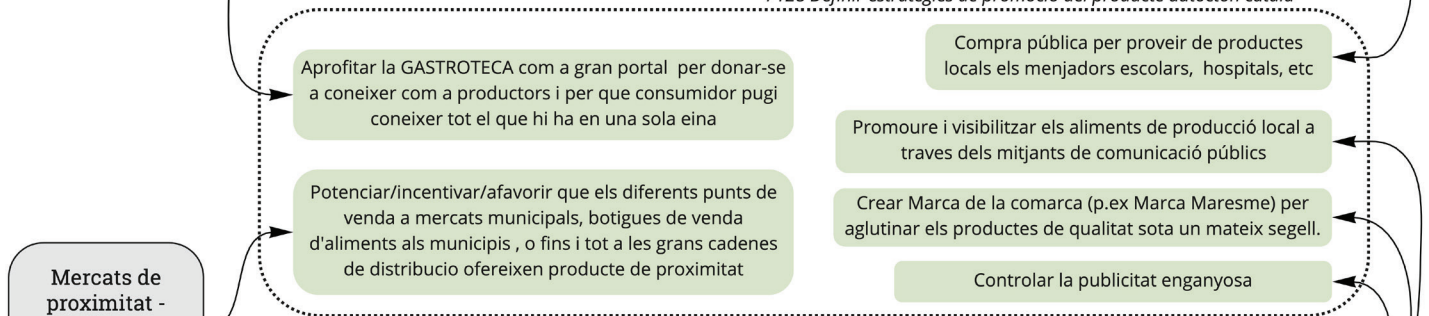
ST13 Crear xarxes de distribució de productes locals a partir de les iniciatives ja existents al territori



Garantir preus justos als agricultors, ramaders i pescadors: contractes cadena alimentària, etc

Sostenibilitat: consum de productes ecològics a preus que el consumidor pugui assumir

PT28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català



Espais de promoció i difusió

PT22 Transmetre i visibilitzar entre tota la ciutadania la realitat rural i marítima del territori

Potenciar al comerç local de proximitat no només com un intercanvi comercial sinó com un element de cohesió local

PT29 Consolidar la gastronomia com a vector d'impuls de la cultura culinària catalana

Cal més implicació de la restauració per utilitzar productes de proximitat, no només dir-ho

ONG d'ajuda alimentària als més necessitats: Creu Roja, Banc Aliments

JC32 Reforçar la col·laboració entre els agents que treballen per l'accés a una alimentació digna

Obrir concursos públics per tal de fomentar col·laboracions públics privades. Les empreses Catalanes ja aportem molt de producte a aquestes associacions sense ànim de lucre, però seria bo que també hi haguessin concursos públics a sobre tancat per fer arribar els productes necessaris als més necessitats.

3 Recull d'aportacions Sessió territorial 3: Pirineus

Descripció de les propostes	Categorització de les propostes
Introduir eines de col.laboració public-privada en els centres de recerca (IRTA, CRAG, Fruitcentre), particularment amb el capital risc, els fons d'inversió (capital llavor) i les empreses	ST21 Optimitzar els sistemes productius per millorar l'eficiència productiva del sistema alimentari català
Potenciar la transferència tecnològica, a través de clusters i sector privat	ST21 Optimitzar els sistemes productius per millorar l'eficiència productiva del sistema alimentari català
Potenciar circuits curts de distribució	ST17 Millorar la circularitat i facilitar l'assoliment dels principals estàndards de circularitat en els processos i etapes de tota la cadena de valor alimentària
Aprofitar la GASTROTECA com a gran portal per donar-se a conèixer com a productors i per que consumidor pugui conèixer tot el que hi ha en una sola eina	ST13 Crear xarxes de distribució de productes locals a partir de les iniciatives ja existents al territori, dotant-les d'una estructura més forta i resiliència
Crear punts de venda de productes locals compartida	ST13 Crear xarxes de distribució de productes locals a partir de les iniciatives ja existents al territori, dotant-les d'una estructura més forta i resiliència
Unificar sistemes de distribució : falta una gran plataforma "potent i nostra". Amb l'emergència sanitària s'han creat moltíssimes plataformes de venda de producte, multiplicació de plataformes.	ST13 Crear xarxes de distribució de productes locals a partir de les iniciatives ja existents al territori, dotant-les d'una estructura més forta i resiliència
Cal més implicació del sector de la restauració en l'utilització de productes de proximitat	PT29 Consolidar la gastronomia com a vector d'impuls de la cultura culinària catalana
Potenciar/incentivar/afavorir que els diferents punts de venda a mercats municipals, botigues de venda d'aliments als municipis , o fins i tot a les grans cadenes de distribució ofereixin producte de proximitat	PT28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Crear Marca de la comarca (p.ex Marca Maresme) per aglutinar els productes de qualitat sota un mateix segell.	PT28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Promoure i visibilitzar els aliments de producció local a través dels mitjants de comunicació públics	PT28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Proveir amb productes locals els menjadors d'equipaments públics (escoles, hospitals...)	PT28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Facilitar / acompanyar la possibilitat del "traspas" d'una explotació agrària que està funcionant quan el pages es jubila	PT26 Consolidar la permanència dels professionals a l'activitat agrària i pesquera
Potenciar les empreses de serveis agraris com a mitja privat que permet traslladar les innovacions-via prestació de serveis - al sector agrari	PT25 Dotar al món rural de serveis bàsics i fomentar la implantació d'empreses
Millorar la xarxa d'escorxadors de baixa capacitat per que es lúnic canal on podem oferir el seu producte els petits productors locals de ramaderia extensiva.	PT25 Dotar al món rural de serveis bàsics i fomentar la implantació d'empreses
Major llibertat de pacte, particularment pel que fa a la durada, en els contractes d'arrendament rústic	PT24 Millorar les condicions per a la incorporació dels professionals a l'activitat agrària i pesquera
La administració ha d'integrar en el seu funcionament (DUN, ...) modalitats contractuals pròpies del codi civil català com la parceria	PT24 Millorar les condicions per a la incorporació dels professionals a l'activitat agrària i pesquera
El Banc de Terres només pot ser un instrument de mediació, però no ha de ser un instrument de imposició d'arrendaments , això genera inseguretats jurídica a la propietat que optarà per oposar-s'hi	PT24 Millorar les condicions per a la incorporació dels professionals a l'activitat agrària i pesquera

3 Recull d'aportacions

Sessió territorial 3: Pirineus

Descripció de les propostes	Categorització de les propostes
Visibilitat d'iniciatives ja existents de logística compartida entre productors i establiments, municipis, productors associats o altres establiments com els càmpings	13 Aglutinar i dimensionar les xarxes de distribució de productes locals a partir de les iniciatives ja existents al territori, dotant-les d'una estructura més forta i resilient
Crear punts de venda de productes del Pirineu a Barcelona	13 Aglutinar i dimensionar les xarxes de distribució de productes locals a partir de les iniciatives ja existents al territori, dotant-les d'una estructura més forta i resilient
Facilitar finançament per a projectes d'optimització i compartició de rutes d'entregues - logística compartida	13 Aglutinar i dimensionar les xarxes de distribució de productes locals a partir de les iniciatives ja existents al territori, dotant-les d'una estructura més forta i resilient
Facilitar recursos tècnics i econòmics per donar continuïtat als projectes ja existents de promoció de productes locals	13 Aglutinar i dimensionar les xarxes de distribució de productes locals a partir de les iniciatives ja existents al territori, dotant-les d'una estructura més forta i resilient
Fer difusió a potencials consumidores finals de solucions logístiques compartides	13 Aglutinar i dimensionar les xarxes de distribució de productes locals a partir de les iniciatives ja existents al territori, dotant-les d'una estructura més forta i resilient
Adaptar la normativa a la singularitat i les necessitats de cada territori, per facilitar que el sistema arrelhi la població al territori. Flexibilització de la normativa higiènic-sanitària.	14 Impulsar la millora de la competitivitat de les petites produccions i PIMES
Finançament obradors compartits	21 Optimitzar els sistemes productius per millorar l'eficiència productiva del sistema alimentari català
Pedagogia comportament a l'entorn rural productiu	22 Transmetre i visibilitzar entre tota la ciutadania la realitat rural i marítima del territori català
Posar en valor les tasques poc visibilitzades de les persones productores	27 Dotar de prestigi als oficis relacionats amb la producció d'aliments
Campanyes conjuntes entre varis territoris per donar a conèixer els productes locals	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Crear els canals i eines perquè les productores que a nivell individual tenen dificultats per poder participar en en fires de ressò ho puguin fer sota el paraigües Alt Pirineu i Aran	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
En el cas dels projectes engegats Leader (Mengem d'aquí o la Terra al Plat) més recursos econòmics per mantenir el personal que el gestiona. Si acaba Leader acaba el projecte.	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Facilitar des de l'administració local l'ús d'espais públics per a la promoció de productes locals	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Fer que les cadenes d'alimentació tinguin espais dedicats al producte local sense perdre de vista que és necessari que siguin sensibles al fet de pagar un preu just al productor	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Impulsar que hospitals, residències gent gran, escoles, adquireixin un % obligatori de producte local	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
L'administració hauria de ser la primera consumidora de producte local: donar exemple	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Potenciar més la comunicació de campanyes de promoció del turisme agroalimentari	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Crear xarxa de productors/associacions consumidors/comerç/restauració d'àmbit Alt Pirineu i Aran per fer projectes més potents, aconseguir millors tractes comercials	45 Fomentar les circumscripcions econòmiques com a palanca clau en la configuració coordinada dels sistemes de comercialització

Descripció de les propostes	Categorització de les propostes
L'administració pot dinamitzar els teixits col·laboratius amb tècnics dinamitzadors al territori	45 Fomentar les circumscripcions econòmiques com a palanca clau en la configuració coordinada dels sistemes de comercialització
Donar a conèixer els exemples de bones pràctiques d'etiquetatge que tenim al Pirineu	49 Garantir la transmissió d'informació entenedora, independent, veraç i contrastada, generant una consciència envers el trinomi Alimentació - Salut - Sostenibilitat
Garantir i identificar la procedència i origen productes	49 Garantir la transmissió d'informació entenedora, independent, veraç i contrastada, generant una consciència envers el trinomi Alimentació - Salut - Sostenibilitat
Descripció de Bones Pràctiques	Categorització de les Bones Pràctiques
Associació agroalimentària de la Cerdanya, que uneix productors, transformadors, restauradors. Col·laboració entre diferents tipus de negocis (empresaris turístics i productors)	45 Fomentar les circumscripcions econòmiques com a palanca clau en la configuració coordinada dels sistemes de comercialització
Associació Apat: xarxa de col·laboració molt interessant al Pallars Jussà. Fa anys que funciona, agrupació d'hotels, restaurants (empresaris turístics) i productors que treballen en conjunt per promoure productes locals	45 Fomentar les circumscripcions econòmiques com a palanca clau en la configuració coordinada dels sistemes de comercialització
Campanyes de Benvinguts a pagès i Setmana Bio i Fires Agroalimentàries (St. Ermengol...)	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Comprem a casa. Venda domiciliària en línia de productes locals i de proximitat	13 Aglutinar i dimensionar les xarxes de distribució de productes locals a partir de les iniciatives ja existents al territori, dotant-les d'una estructura més forta i resilient
Cooperatives de consum	45 Fomentar les circumscripcions econòmiques com a palanca clau en la configuració coordinada dels sistemes de comercialització
Exquisitarium d'oliana utilitza etiquetatge intel·ligent. Ven producte cuinat, un cop que entra el producte a l'empresa tot l'etiquetatge és digital. Empresa amb 50 treballadors que exporta molt.	49 Garantir la transmissió d'informació entenedora, independent, veraç i contrastada, generant una consciència envers el trinomi Alimentació - Salut - Sostenibilitat
Glasbox. Distribució amb lockers refrigerats a càmpings i altres establiments de concurrència. Augment de visibilitat i benefici logístic per als productors i accessibilitat dels consumidors residents i turistes.	13 Aglutinar i dimensionar les xarxes de distribució de productes locals a partir de les iniciatives ja existents al territori, dotant-les d'una estructura més forta i resilient
Iniciatives de producció sostenible de l'Alta Ribagorça: una granja de caragols i una finca de conreu de maduixes, gerds, mongeta en producció ecològica, projecte d'explotació ecològica que busca les maneres de fer distribució a zones d'alta muntanya	01 Impulsar la transició cap a un model de producció agrícola sostenible
L'espai Ermengol que depen de l'Ajuntament de La Seu organitza rutes del formatge amb visites a formatgeries	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Projecte "Parc al plat" - Parc Natural Alt Pirineu Pallars Sobirà. Durant el confinament es feien sistelles i la seva entrega a domicili un cop per setmana. el parc natural va fer d'aglutinadors i coordinador de tots els productors	13 Aglutinar i dimensionar les xarxes de distribució de productes locals a partir de les iniciatives ja existents al territori, dotant-les d'una estructura més forta i resilient

3 Recull d'aportacions

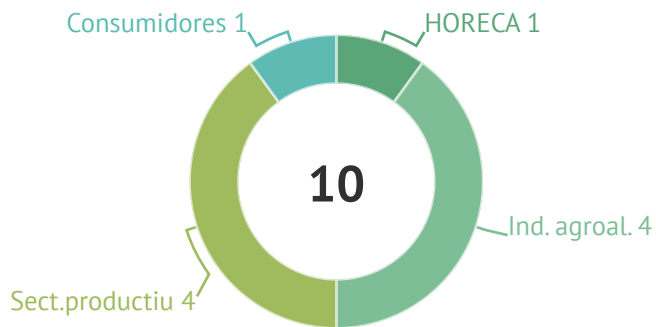
Sessió territorial 3: Pirineus

Descripció de Bones Pràctiques	Categorització de les Bones Pràctiques
Projecte de la Terra al Plat. Jornades gastronòmiques en col·laboració entre restauració i associacions de productors perquè es doni a conèixer el producte local del territori.	29 Consolidar la gastronomia com a vector d'impuls de la cultura culinària catalana
Projecte GUSTUM de valorització de productes locals. Fa anys que funciona, projecte LEADER que va començar a tota Catalunya (originàriament tb Mallorca Menora, Euskadi). Té moltes acccions, una d'elles té a veure amb la difusió a escoles.	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Projecte Mengem d'Aquí. Aliments de proximitat als menjadors escolars. Projecte estratègic que treballa amb menjadors escolars perquè introdueixin productes de proximitat i alimentació més sostenible i equilibrada.	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Visites/rutes gastronòmiques a l'alt Urgell organitzades per l'associació Menja't l'Alt Urgell, una associació de productors artesans que s'han organitzats per mostrar a la gent, sobretot dels entorns rurals, tota la feina que fan.	22 Transmetre i visibilitzar entre tota la ciutadania la realitat rural i marítima del territori català

4

Assistència i participació

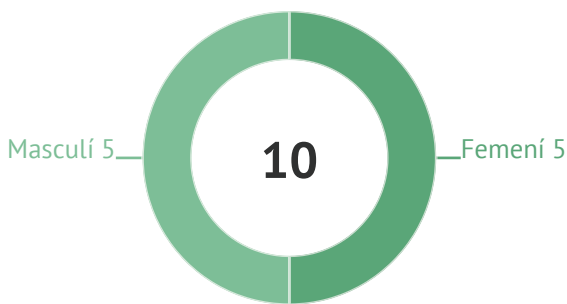
Participació per sectors



Entitats participants

- AMPA Llavorsí
- Carns i elaborats Cerdanya, SL
- Consell Comarcal de la Cerdanya
- Consorci Gal Alt Urgell Cerdanya
- DARP
- Glasboxpack
- Gremi de Carnissers & Flequers C Gironines

Participació per gènere



Municipis de residència de les persones participants

