

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

Informe de les sessions de participació en línia
Sessió territorial 6: Tarragona - l'Ebre

21 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

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.

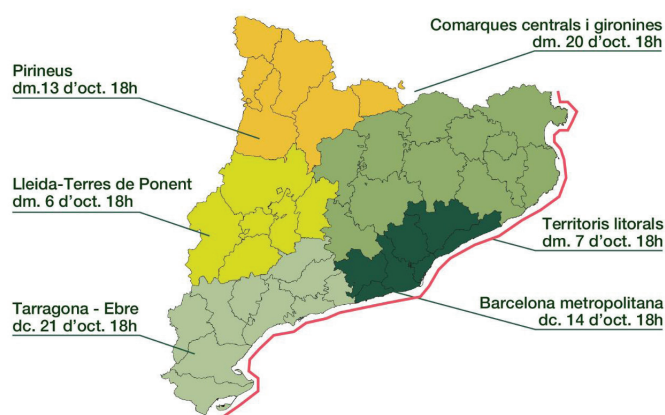
El mes de juny de 2020, es va realitzar una enquesta per definir els objectius que hauria de prioritzar el pla segons els participants, els resultats de la qual van servir per organitzar les sessions obertes a la ciutadania al llarg del mes de juny. L'objectiu d'aquestes sessions era definir propostes 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 a les comarques de Tarragona i de les Terres de l'Ebre va tenir lloc el dimecres 21 d'octubre, de 18 h a 20 h, mitjançant la plataforma de videoconferència Teams i utilitzant l'eina col·laborativa Miró per al treball de recollida i sistematització de propostes.

A. Objectius específics de la sessió

- Recopilar i compartir Bones Pràctiques i experiències a les terres de Tarragona i de l'Ebre 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 camp - ciutat:**

experiències que contribueixen a visibilitzar les necessitats compartides entre el món rural i urbà, a trencar la dicotomia entre "món rural" i "món urbà",

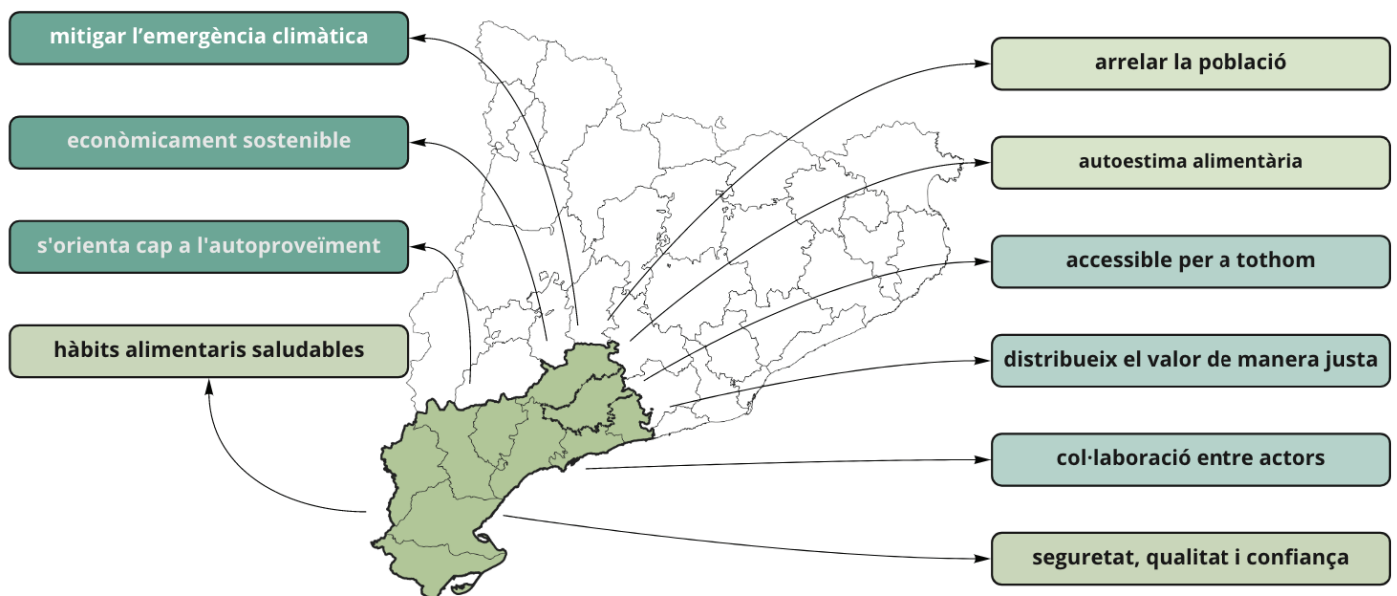
i entendre que tots dos formen part d'una única realitat, amb reptes i necessitats compartides, i crear una nova relació camp-ciutat.

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. **Millora de la competitivitat de les PIME:** exemples de fórmules alternatives de negoci / empenedoria / processos que fomentin la circularitat i la sostenibilitat.

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 Joan Gòdia, sub-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, 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 recull una quinzena d'experiències considerades Bones Pràctiques, distribuïdes de manera relativament homogènia pel territori.



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

Una segona fase consisteix a posar en comú les experiències recollides, per explorar-ne les 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: intercooperació i associacionisme - recursos compartits, pàgines web i apps de compra i venda - divulgació i aproximació del producte a les persones consumidores - relacions de suport entre persones productores i consumidores - suport a les persones productores.

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.

Posada en comú (20')

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.

5. Tancament i comiat (10')

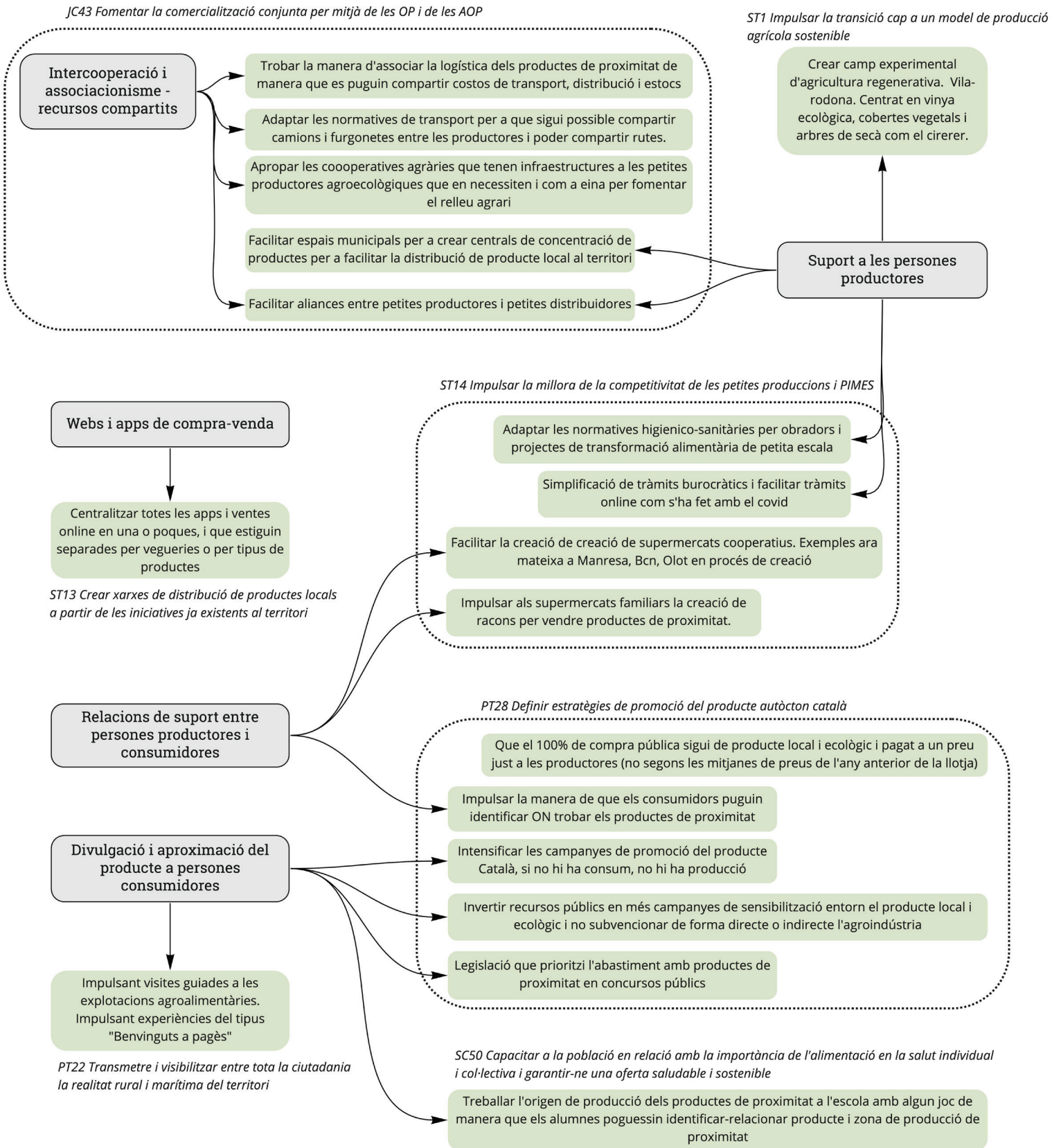
S'acaba la sessió amb l'agraïment per la feina feta a totes les persones assistents, i se les informa sobre les dates de les pròximes sessions. També s'explica que totes les propostes rebran la resposta tècnica corresponent, una vegada analitzada la seva viabilitat per incorporar-les al Pla estratègic 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 6: Tarragona - l'Ebre

Descripció de les propostes	Categorització de les propostes
Crear camp experimental d'agricultura regenerativa. Vila-rodona. Centrat en vinya ecològica, cobertes vegetals i arbres de secà com el cirerer	01 Impulsar la transició cap a un model de producció agrícola sostenible
Centralitzar totes les apps i ventes online en una o poques, i que estiguin separades per vegueries o per tipus de productes	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 les normatives higienico-sanitàries per obradors i projectes de transformació alimentària de petita escala	14 Impulsar la millora de la competitivitat de les petites produccions i PIMES
Facilitar la creació de supermercats cooperatius. Exemples ara mateixa a Manresa, Bcn, Olot en procés de creació. Suport institucional, administratiu i burocràtic, i regulació restrictiva a les grans superfícies.	14 Impulsar la millora de la competitivitat de les petites produccions i PIMES
Impulsar als supermercats familiars la creació de racons per vendre productes de proximitat. Dificultat d'accés de productors ecològics amb supermercats de mida petita / mitjana. Els productors ecològics no contacten amb els supermercats familiars / petits comerços. Necessitat de tenir coneixement profund dels punts de venda dels territoris. Crear xarxa entre supermercats / comerços de proximitat i productors	14 Impulsar la millora de la competitivitat de les petites produccions i PIMES
Simplificació de tràmits burocràtics i facilitar tràmits online com s'ha fet amb el covid	14 Impulsar la millora de la competitivitat de les petites produccions i PIMES
Impulsant visites guiades a les explotacions agroalimentàries. Impulsant experiències del tipus "Benvinguts a pagès"	22 Transmetre i visibilitzar entre tota la ciutadania la realitat rural i marítima del territori català
Impulsar la manera de que els consumidors puguin identificar ON trobar els productes de proximitat	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Intensificar les campanyes de promoció del producte Català, si no hi ha consum, no hi ha producció: orgull de comprar producte d'aquí	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Invertir recursos públics en més campanyes de sensibilització entorn el producte local i ecològic i no subvencionar de forma directe o indirecte l'agroindústria	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Legislatió que prioritzi l'abastiment amb productes de proximitat en concursos públics. Llegislació per garantir que una part del consum que es fa d'aliments als centres educatius sigui de proximitat / ecològic. Inclòs exigir / puntuar en les licitacions / concursos que se subministri producte local / proximitat	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Que el 100% de compra pública sigui de producte local i ecològic i pagat a un preu just a les productores (no segons les mitjanes de preus de l'any anterior de la lotja): compra pública com a eina per donar suport a projectes amb interès públic	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Treballar l'origen de producció dels productes de proximitat a l'escola amb algun joc de manera que els alumnes poguessin identificar-relacionar producte i zona de producció de proximitat. Concienciació: que a les escoles es coneixi què es produeix al seu entorn: que el consumidor demani aquest producte. Activació del producte de proximitat	31 Informar i sensibilitzar a la població de l'impacte que tenen les seves decisions de consum
Adaptar les normatives de transport per a que sigui possible compartir camions i furgonetes entre les productores i poder compartir rutes.	43 Fomentar la comercialització conjunta per mitjà de les OP (organitzacions de productors) i de les AOP (associacions d'organitzacions de productors)
Apropar les cooperatives agràries que tenen infraestructures a les petites productores agroecològiques que en necessiten i com a eina per fomentar el relleu agrari	43 Fomentar la comercialització conjunta per mitjà de les OP (organitzacions de productors) i de les AOP (associacions d'organitzacions de productors)

3 Recull d'aportacions

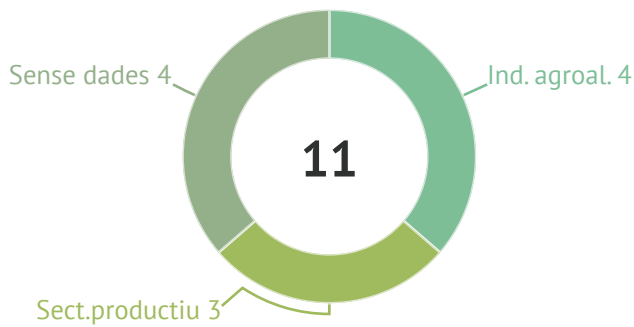
Sessió territorial 6: Tarragona - l'Ebre

Descripció de les propostes	Categorització de les propostes
Facilitar espais municipals per a crear centrals de concentració de productes per a facilitar la distribució de producte local al territori. Espais per concentrar el producte (espais centrals de les comarques, per facilitar la distribució)	43 Fomentar la comercialització conjunta per mitjà de les OP (organitzacions de productors) i de les AOP (associacions d'organitzacions de productors)
Trobar la manera d'associar la logística dels productes de proximitat de manera que es puguin compartir costos de transport, distribució i estocs	43 Fomentar la comercialització conjunta per mitjà de les OP (organitzacions de productors) i de les AOP (associacions d'organitzacions de productors)
Facilitar aliances entre petites productores i petites distribuïdores	47 Traccionar empreses auxiliars a la cadena de valor agroalimentària
Descripció de Bones Pràctiques de referència	Categorització de les Bones Pràctiques
Xarxa d'aliments. La gestió coordinada dels recursos alimentaris entre les entitats i el sector públic evita la duplicitat de recursos i, per tant, afavoreix una utilització més eficaç.	11 Desplegar un model de governança, en l'àmbit de les pèrdues i el malbaratament, basat en la coordinació entre els agents de la cadena alimentària per actuar a escala de sistema agroalimentari
Agrobotigues. Centralització de compra de les agrobotigues per internet	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
Approp. Aplicatiu per comprar online a les botigues adherides (Alimentació i altres)	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
El Brot. Planifica cultius amb diverses productores del camp de Tgn per abastir la botiga i cooperativa de consum agroecològic	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
La Bajoca. Grup de consum agroecològic que permet fer comandes online	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
Mosaic de secà. xarxa de petites productores	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
Pagesia a casa. Web de compra dels consumidors als 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
Som Ebre cooperativa Cooperativa d'enllaç de productors de les TE	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
CSA (COMMUNITY SUPPORTED AGRICULTURE). Producció agrícola amb sortida i preu. Relació entre productors i consumidors (França AMAPs). Exemple: CSA La Paca	14 Impulsar la millora de la competitivitat de les petites produccions i PIMES
Fet a la Conca SCCL. cooperativa de serveis de petites productores i artesanes agroalimentàries	21 Optimitzar els sistemes productius per millorar l'eficiència productiva del sistema alimentari català
Grup d'acció local pesquer Mar de l'Ebre. Associació s'ànim de lucre que fomenta el consum de peix de proximitat	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
IDENTITAT OLIVE OIL. Elaboració i venda d'oli d'oliva verge extra, amb visites guiades al molí d'oli (Horta de Sant Joan)	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Menjadors escolars ecològics a les llars d'infants de Barcelona	28 Definir estratègies de promoció del producte autòcton català
Terra i taula. Associació productors i cuiners del Baix Penedès. Fan activitats conjuntes, de promoció dels seus productes. Fan activitats gastronòmiques conjuntes. Tenen una botiga a Calafell on venen els seus productes	29 Consolidar la gastronomia com a vector d'impuls de la cultura culinària catalana
Fòrum Agrari del Priorat. espai de debat i coordinació dels actors del sistema alimentari del Priorat	43 Fomentar la comercialització conjunta per mitjà de les OP (organitzacions de productors) i de les AOP (associacions d'organitzacions de productors)

4

Assistència i participació

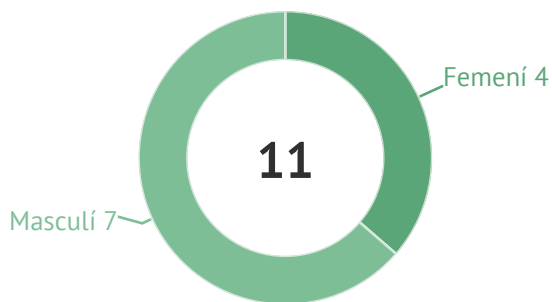
Participació per sectors



Entitats participants

- Ajuntament de Reus
- Serveis Territorials DARP Tarragona
- DOP OLI TERRA ALTA
- Escola Agrària de Gandesa
- NOMEN FOODS

Participació per gènere



Municipis de residència de les persones participants

