



Generalitat de Catalunya

Procés participatiu del Pla d'Acció per al  
Desenvolupament de la Producció Ecològica 2023-2027

Sessió de debat sectorial 1  
ELABORACIÓ

RESUM DE LES APORTACIONS  
**ESBORRANY**

1 de febrer de 2022

Esborrany



PLA D'ACCIÓ PER AL  
Desenvolupament de la  
**Producció ecològica**

2023-2027



## Índex

<b>1. INTRODUCCIÓ</b>	<b>4</b>
<b>2. DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ</b>	<b>5</b>
<b>3. ASSISTENTS</b>	<b>6</b>
<b>4. LES BARRERES I DIFICULTATS A L'ELABORACIÓ</b>	<b>6</b>
4.1. ADMINISTRATIVES I JURÍDIQUES	6
4.2. ECONÒMIQUES	6
4.3. TÈCNIQUES	7
4.4. RELACIONADES AMB EL CONEIXEMENT	7
4.5. RELACIONADES AMB LA GOVERNANÇA I LA COMUNICACIÓ	7
<b>5. LES FORTALESES I OPORTUNITATS</b>	<b>9</b>
5.1. ECONÒMIQUES	9
5.2. SOCIALS	9
5.3. RELACIONATS AMB LA COMUNICACIÓ	10
5.4. ECOLÒGIQUES	10
<b>6. ELS REPTES A ASSOLIR</b>	<b>11</b>
6.1. EIX 1. ESTIMULAR LA DEMANDA I GARANTIR LA CONFIANÇA DELS CONSUMIDORS	11
6.2. EIX 2. ESTIMULAR LA CONVERSIÓ I CONSOLIDAR TOTES LES BAULES DE LA CADENA DE VALOR DE LA PRODUCCIÓ ECOLÒGICA	13
6.3. EIX 3. INCREMENTAR LA CONTRIBUCIÓ DE LA PRODUCCIÓ ECOLÒGICA AL MEDI AMBIENT I A LA SOSTENIBILITAT DEL SISTEMA ALIMENTARI	15
<b>ANNEX 1. ALTRES ASPECTES NEGATIUS</b>	<b>17</b>
<b>ANNEX 2. ALTRES ELEMENTS POSITIUS</b>	<b>18</b>

## 1. Introducció

Amb l'objectiu de potenciar la transició cap a un sistema alimentari més sostenible, consolidant els esforços dels agricultors i la resta d'actors de la cadena agroalimentària per fer front al canvi climàtic, protegir el medi ambient i preservar la biodiversitat, es proposa un nou instrument de foment en forma de **Pla d'Acció per al Desenvolupament de la Producció Ecològica 2023-2027** (en endavant, Pla d'Acció).

Tenint en compte el gran creixement que ha tingut el sector ecològic en els darrers anys, així com la necessitat de seguir fomentant el desenvolupament harmònic de tota la cadena de valor dels productes ecològics, el Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural es proposa elaborar un nou Pla d'Acció pels propers anys.

Durant l'any 2021 i primer semestre de 2022, **s'ha impulsat un procés participatiu** per aconseguir un Pla d'Acció de més qualitat i millorar la governança amb els agents afectats en el seu desplegament i aplicació, en forma d'accions i polítiques públiques.

Aquest procés, que compta amb el suport i l'assessorament del Direcció General de Participació, Processos Electorals i Qualitat Democràtica, vol **actualitzar la diagnosi de la situació del sector i recollir propostes per enriquir i millorar el contingut i l'aplicació d'aquest Pla d'Acció**.

El procés participatiu es va iniciar el 17 de gener amb una sessió informativa (es pot visualitzar la gravació de la sessió al següent enllaç: <https://participa.gencat.cat/processes/PAE/f/3376/>).

Aquest informe recull resum les aportacions fetes durant la primera sessió de debat sectorial, en aquest cas, la corresponent al sector de l'elaboració. Els resultats d'aquesta sessió es complementaran amb les aportacions rebudes a través d'un qüestionari en línia i amb els resultats de la resta de sessions de debat sectorial.

## 2. Desenvolupament de la sessió

Aquesta sessió de debat sectorial, va tenir lloc el dia **1 de febrer de 2022, de 12 a 14.30 hores**, en format telemàtic, a través de la plataforma zoom.

Els objectius d'aquesta sessió eren, bàsicament, els següents:

- Realitzar la diagnosi de la situació des de la mirada del sector convocat.
- Identificar els principals reptes en relació als tres eixos del procés de participació.

Per assolir aquests objectius, es va seguir aquest **ordre del dia**:

**12.00** - Presentació i benvinguda.

**12.10** - **1ª PART** – Diagnosi des d'una mirada sectorial

**13.10** - **2ª PART** – Reptes per eixos

**14.25** - Conclusions i properes passes.

**14.30** - Cloenda.

### 3. Assistents

Van assistir un total de **43** persones, de les quals, 34 eren persones participants, 7 eren de l'organització i 2 de l'equip de dinamització.

Per part de l'organització, van acompanyar la sessió: **Anna Goutan, Anna Gomar, Isidre Martínez, Núria Armengol, Joan Bech i Pilar Pérez**, de la Direcció General d'Agricultura i Ramaderia del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural, i **Jordi Pacheco** de la Direcció General de Participació, Processos Electorals i Qualitat Democràtica, del Departament d'Acció Exterior i Govern Obert.

La conducció de la sessió la van realitzar **Xavier Carbonell i Mar Fàbregas** (de l'equip d'Arc Mediació Ambiental).

### 4. Les barreres i dificultats a l'elaboració<sup>1</sup>

#### 4.1. Administratives i jurídiques

1. **Dificultats administratives per poder engegar projectes d'elaboració.** Hi ha un excés de burocràcia a l'hora de tramitar qualsevol permís o autorització.
2. **Excés de control.** S'hauria de valorar si cal un control anual.

#### 4.2. Econòmiques

3. El marc de producció ecològic implica **més despeses pels productors i elaboradors**, que pel sistema convencional, començant pels recursos necessaris a l'inici del projecte ecològic.
4. **Insuficients recursos públics** per poder invertir en nous projectes.
5. **Elevat cost de la certificació.**

---

<sup>1</sup> En aquest apartat apareixen els elements presentats i debatuts durant la part plenària de la sessió i que suposaven les problemàtiques prioritzades pels grups. A l'annex 1 es poden trobar la resta d'aportacions dels grups.

6. **Increment del preu de les matèries primeres.** Aquest sobrepreu no es pot assumir des de la elaboració i els consumidors tampoc estan disposats a assumir un increment del preu de compra.

### 4.3. Tècniques

7. **No es disposa d'obradors compartits per poder elaborar els productes.** S'hauria d'afegir que, a més, hi ha dificultats a l'hora d'instal·lar obradors compartits que puguin facilitar al productor elaborar el seu producte.
8. **Manca d'escorxadors pels productes ecològics,** bé perquè s'han tancat molts, bé perquè no tenen línia ecològica o perquè hi ha dificultats per posar en marxa escorxadors mòbils.
9. **No es troben matèries primeres ecològiques de proximitat per elaborar els nostres productes.** Això és més evident en el cas de productes com les cerveses o els pinsos. S'hauria d'analitzar perquè hi ha algunes matèries primeres (llegums, p.ex.) que no es produeixen en un entorn de proximitat.
10. **Dificultats per separar i gestionar els productes de diferents sistemes de producció.** En el cas, p.ex. dels fruits secs, un mateix elaborador pot estar produint avellana convencional i avellana ecològica, i això comporta dificultats afegides en tot el procés d'elaboració i envasat.

### 4.4. Relacionades amb el coneixement

11. **Escassa recerca orientada a la millora de la viabilitat econòmica** de l'elaboració dels productes ecològics.
12. **Insuficient inversió en I+D,** especialment en l'àmbit de les plagues i malalties, i en l'àmbit de l'adaptació al canvi climàtic.

### 4.5. Relacionades amb la governança i la comunicació

13. De vegades, **el sector productor desconeix quins són els productes que necessiten els elaboradors** i que està demanant el consumidor. Caldria algun sistema d'informació sobre aquestes necessitats.
14. **Etiquetatge poc clar,** que no sempre diferencia les procedències de les matèries primeres i que pot generar confusió als consumidors. En el cas dels llegums o de la mel és molt evident ja que el producte que es comercialitza s'elabora a Catalunya, però generalment, la matèria primera ve de fora.

☞ *L'etiquetatge dels productes ecològics, podria incorporar una etiqueta en funció de la petjada de carboni que hi ha des del punt de producció fins a la distribució. Per reforçar el concepte de Km 0.*

15. **Intrusisme d'altres marques que no són ecològiques**, però que donen un missatge confós cap al consumidor. Aquests tipus de marques (Es parla, entre altres, de marques com la "producció controlada", "producció agrària sostenible") són aprofitades, generalment, pels grans supermercats per vendre.

## 5. Les fortaleses i oportunitats <sup>2</sup>

### 5.1. Econòmiques

16. En comparació amb els productes convencionals, el valor afegit davant de la distribució, donat que s'ofereix una marca i no un producte indiferenciat, és major, ja que el marge de negociació dels preus (de cara al distribuïdor) és més gran. Aquesta fortalesa no és totalment compartida, per les següents raons:

- 🔊 *En el cas dels productors, es pot considerar que sí que hi ha un valor afegit, però en el cas dels elaboradors, s'hauria de valorar si les majors despeses compensen un preu de venda major. Es refereix al cas que sigui un elaborador (ni productor ni comercialitzador directe al consumidor final), ja que moltes vegades el preu de compra està fixat per llotja i el de venda el marca el mercat. Seria molt semblant en el cas del producte convencional. Es refereix als elaboradors "intermediaris" que calen per continuar amb el cicle del producte (trencadors fruit sec, escorxadors, etc).*
- 🔊 *Per poder tenir aquest marge de negociació, s'ha de poder comunicar que el preu de la matèria primera ha estat més car (perquè té unes característiques determinades que fan que sigui un producte més car), per tal de justificar el preu de venda.*

### 5.2. Socials

17. El fet de **disposar d'un segell, suposa una garantia concreta que ja dona una cobertura de cara al consumidor.**
18. **S'associa el producte ecològic com un producte més saludable i de millor qualitat.** Això és un fet constatable, ja que la prohibició de l'ús de substàncies químiques de síntesi química permet elaborar productes més saludables, lliures de contaminants.
19. **S'ha incrementat la consciència** a l'hora d'incorporar els productes ecològics als menjadors escolars.

---

<sup>2</sup> En aquest apartat apareixen els elements presentats i debatuts durant la part plenària de la sessió i que suposaven les problemàtiques prioritzades pels grups. A l'annex 2 es poden trobar la resta d'aportacions dels grups.



### 5.3. Relacionats amb la comunicació

20. Tenir un producte certificat dona un valor afegit de cara al consumidor, basat, fonamentalment, en la **promoció dels eixos de sostenibilitat i biodiversitat en què es basa la producció ecològica**.
21. **Coexisteixen altres categories i etiquetes complementàries que també ajuden a comercialitzar el producte** (DOP, producte de proximitat,...), ja que aporten altres característiques o atributs al producte que no forçosament han d'anar juntes amb el fet que sigui producció ecològica, però ajuda a la seva venda.

### 5.4. Ecològiques

22. El fet que siguin productes sense additius ni conservants, permet oferir un **producte amb una etiqueta neta**, important de cara a la seva venda.

## 6. Els reptes a assolir

### 6.1. Eix 1. Estimular la demanda i garantir la confiança dels consumidors

- 1. Explicar el valor afegit del producte ecològic i el procés d'elaboració per fer entendre als consumidors i als clients la diferència de preu.**

---

Es tracta de reforçar la comunicació als consumidors i clients per explicar el valor afegit i els beneficis que aporta el producte ecològic, i fer entendre la diferència de preu entre producte ecològic i convencional que a més, es considera que no és tan gran.

- 2. Reforçar la comunicació sobre el valor afegit en qualitat dels productes ecològics.**

---

Reforçar la comunicació sobre el valor afegit de qualitat dels productes ecològics, especialment a nivell organolèptic i de minimització les al·lèrgies alimentàries. També es considera important explicar que l'aparença dels productes no té relació amb la qualitat dels mateixos.

- 3. Reforçar la comunicació i la sensibilització sobre el procés de certificació ecològica.**

---

S'ha de fer arribar a consumidors i clients el fet que tenir un segell de certificació vol dir que hi ha un control estricte de la producció ecològica.

- 4. Transparència en la informació alimentària dels productes elaborats.**

---

Es tracta de fomentar que hi hagi més transparència en la informació alimentària dels productes elaborats.

**5. Incrementar els productors i elaboradors ecològics, que puguin afrontar la demanda i ser més competitius econòmicament.**

---

El repte seria incrementar el nombre de productors i elaboradors en ecològic. Per fer-ho, es podrien crear línies d'ajuda o subvencions dirigides als productors. Això ajudarà a que sigui un sector més competitiu pel fet d' haver-hi més oferta. Sense que això suposi una excessiva dependència dels ajuts, aquest recolzament pot ser necessari per competir amb productes que arriben de fora de Catalunya.

**6. Facilitar que el consumidor pugui trobar els productes ecològics en diferents tipologies de punts de venda.**

---

Es va proposar un repte que consistia en incentivar a la gran distribució i supermercats per referenciar productes ecològics en els seus establiments, però no tothom hi estava d'acord (riscos de convencionalitzar els productes ecològics, de fer caure el petit comerç, etcètera). Per una altra banda, tampoc s'està totalment d'acord que els consumidors no trobin el producte ecològic, ja que actualment hi ha molta oferta i punts de venda. Per últim, hi ha exemples de distribució de productes ecològics a través de grans distribuïdores, que arriben p.ex. d'Alemanya, i que estan suposant una competència en preus difícil d'assolir. Si es baixen tant els preus, hi ha finques que poden deixar de ser viables. Per això, s'ha substituït per aquesta redacció més genèrica. Encara això, s'hauria de veure si hi ha acord.

**7. Facilitar que el producte ecològic i de proximitat entri en les licitacions de menjadors col·lectius.**

---

Aquest repte es va aportar a través del xat. En comptes de facilitar nous punts de venda a través de les grans superfícies, es considera més important facilitar que el producte ecològic i de proximitat entri en les licitacions de menjadors col·lectius. Això s'està fent a altres llocs (p.ex. a les Illes Balears)

## 6.2. Eix 2. Estimular la conversió i consolidar totes les baules de la cadena de valor de la producció ecològica

### **8. Recursos suficients per implementar el Pla.**

---

Pressupost suficient per fer front a les mesures que surtin d'aquest pla d'acció de producció ecològica.

### **9. Assessorament i acompanyament suficient als nous operadors.**

---

Aquest pressupost, a més de poder cobrir les mesures financeres, també hauria de poder cobrir l'acompanyament/dinamització o assessorament a la conversió a ecològic i a la capacitació dels nous operadors. Aquest servei es podria assolir potenciant la figura dels dinamitzadors de la producció ecològica i exempt de pagament (servei gratuït) però també s'hauria de veure com recolzar econòmicament a altres agents que donen suport al productor. A més de disposar dels recursos per l'assessorament, els nous operadors han de conèixer quins són els serveis existents d'acompanyament i no sempre és així.

Entre altres aspectes de l'acompanyament, es considera fonamental que les noves incorporacions al sector estiguin molt ben informats de tots els processos i tots els costos que suposen els diferents etiquetatges existents.

### **10. Agilitzar els tràmits per afavorir l'entrada de nous productors i la certificació dels seus productes.**

---

Es tracta de reduir, canviar o agilitzar els tràmits de certificació administratius per afavorir l'entrada de nous productors i també per a la certificació de nous productes de petits productors que també fan elaboració.

**11. Disposar de les instal·lacions necessàries per poder certificar l'elaboració ecològica i no haver de perdre la certificació.**

---

Es tracta de facilitar i incentivar l'elaboració, posant a disposició les instal·lacions (obradors, escorxadors,...) necessàries per no perdre la certificació del producte en el procés natural del producte fins al client final.

**12. Impulsar R+D en aspectes concrets d'interès pel sector ecològic i en noves oportunitats.**

---

Cal més recursos per recerca en temes específics, com ara per resoldre dificultats tècniques, millorar la qualitat, millorar els rendiments, i altres que poden ser noves oportunitats, com recerca en proteïna vegetal o en aqüicultura. Aquesta inversió en recerca també seria un mitjà per incentivar la conversió, donant més confiança al productor.

**13. Millorar l'articulació del sector.**

---

S'hauria de millorar la comunicació entre productors i elaboradors. En un context general de creixement, sovint hi ha productes per elaborar però no hi ha prou empreses elaboradores (o a la inversa). Es tracta de trobar ponts per unir oferta i demanda i per això, cal una articulació del sector, per accedir a informació útil i a temps.

**14. Mantenir i millorar la integritat i valors de la producció ecològica, fent-los evidents dins l'oceà d'etiquetes existents.**

---

És important mantenir la integritat i valors intrínsecs de la producció ecològica, en un context de ràpida incorporació de nous actors. Aquests valors s'han de fer visibles i incorporar els elements que calgui per diferenciar-se en l'oceà d'etiquetes existents (En relació amb això, hi ha una preocupació sobre l'enfocament i abast de la "producció agrària sostenible" o d'altres figures com la del productor eco-responsable a França o altres denominacions que no es corresponen amb el procés de certificació).

### **6.3. Eix 3. Incrementar la contribució de la producció ecològica al medi ambient i a la sostenibilitat del sistema alimentari**

#### **15. Consolidar la transició ecològica / agroecològica.**

---

És necessari consolidar la transició ecològica i que sigui també agroecològica.

#### **16. Certificar els esforços ambientals de les empreses elaboradores.**

---

Certificació que constati que les empreses estan fent esforços medi ambientals. Més enllà de la certificació ecològica, es considera que s'ha de visibilitzar la bona gestió dels recursos (aigua), la minimització d'emissions de CO<sub>2</sub> i la reducció del malbaratament dels recursos.

#### **17. Potenciar la recerca en aspectes relacionats amb les contribucions de la producció ecològica al medi ambient i a la sostenibilitat**

---

Es tractaria d'incrementar línies de recerca en mesures que afavoreixin la biodiversitat, la millora en la gestió del sòl i la lluita contra el canvi climàtic, entre altres. També es demana que s'incrementi el I+D per cercar materials més sostenibles que permetin assolir els mateixos nivells de qualitat i seguretat alimentària als processos de transformació. Incrementar el I+D per reduir els costos de producció per poder equiparar-se amb productes competidors essent més sostenibles.

#### **18. Potenciar l'auto-abastiment d'energia neta en empreses elaboradores.**

---

Auto abastiment d'energia neta en empreses elaboradores.

#### **19. Implicar a l'administració en la cerca i seguiment del destí dels recursos econòmics de fons europeus per tal que puguin revertir en el sector**

---

Es considera que l'administració ha de tenir un paper fonamental en la cerca de recursos econòmics que puguin incrementar el valor afegit d'aquests productes.

Es parla dels fons que estan per arribar a través de l'instrument financer Next Generation EU, d'on podrien derivar-se recursos per aquest sector.

---

**20. Ajudar al consumidor a identificar els productes ecològics de proximitat**

---

Ajudar al consumidor a identificar els productes ecològics produïts amb matèries primes locals.

---

**21. Valorar millores en l'àmbit de la sostenibilitat però que estan fora de la reglamentació de la producció ecològica**

---

Es tracta de valorar algunes millores en l'àmbit de la sostenibilitat però que estan fora de la reglamentació actual de l'agricultura i ramaderia ecològica (temes de transport, p.ex.).

---

**22. Evitar increment de la regulació i els requeriments que incrementin les pèrdues de competitivitat**

---

Evitar increment de la regulació i els requeriments que impliqui l'increment de les pèrdues de competitivitat.

1 de febrer de 2022

## Annex 1. Altres aspectes negatius

A continuació apareixen, transcrites literalment, altres barreres que es van recollir després del treball en grups o que van arribar a través de les aportacions via xat. Donat que es tracta d'una transcripció literal i que no es va presentar al plenari, no sempre es disposa de prou informació per entendre l'abast de l'aportació. No obstant això, s'ha volgut mantenir en el resum, ja que eren també aportacions dels grups. Han estat les següents:

- Les administracions no entenen el desenvolupament de multicultiu.
- Abastir la clientela durant el període de comercialització (dificultats en mitja-llarga conservació del producte eco).
- Promoció i comunicació. Manquen campanyes promogudes per l'Administració.
- No s'aprofiten les oportunitats que està donant el nou reglament.
- Dificultat de resposta, per part del CCPAE, aprovació d'un nou producte
- Millora en la recerca en l'àmbit de la producció.
- Gran competència de marques eco a nivell europeu.
- S'hauria d'afegir un segell ecològic de proximitat.
- Falta d'escorxadors certificats eco (porcí, principalment) i en boví (falta més informació).
- Dificultat a l'hora de justificar un producte comprat a un altre productor.
- Falta d'assessorament en l'àmbit vitivinícola.
- Premiar econòmicament als productors ecològics.
- Dificultats en la comercialització de productes pels nostres propis medis.
- Dependència dels distribuïdors amb marges baixos.



## Annex 2. Altres elements positius

A continuació apareixen, transcrites literalment, altres elements positius que es van recollir després del treball en grups o que van arribar a través de les aportacions via xat. Donat que es tracta d'una transcripció literal i que no es va presentar al plenari, no sempre es disposa de prou informació per entendre l'abast de l'aportació. No obstant això, s'ha volgut mantenir en el resum, ja que eren també aportacions dels grups. Han estat les següents:

- Hi ha molta diversitat de sectors.
- Ara la nova incorporació d'ecològic a l'agenda principal.
- El CCPAE com a entitat de certificació pública té molt bona reputació però el sector està creixent molt i caldrà de dotar de mitjans per tal de fer front a la demanda. Consorci i control es va agilitzar 1 cop l'any falta reconeixement a l'àmbit estatal.
- El producte ecològic és més valorat si és de proximitat.
- Anar a favor de la corrent amb el sostenible.
- Potencial en millor reconeixement de la certificació.
- Donar importància com a producte el tema ambiental i més sostenible.
- Oportunitat d'incrementar a un nou consumidor amb preferències als productes ecològics.
- El segell de certificació dona garantia del compliment legal de la producció ecològica.
- Demanda més alta que oferta en mercat internacional.
- Bona comunicació.
- Producte de proximitat.