



## Balanç i resultats del període 2007-2015

### Projecte pilot 'Productes de la terra' i 'Xarxa Productes de la Terra'

Novembre del 2015

# L'any 2007 comencem a treballar amb el sector, després de detectar aquestes oportunitats:

(2006) Xarxa d'agomercats del Vallès Oriental

(2007) Viatge d'estudi a Aragó, Navarra i la Rioja

- S'evidencia que és un **“sector” tendència**, amb **potencial de crear empreses i ocupació**, i que està esdevenint un **sector econòmic motor en els territoris**, especialment en comarques no metropolitanes.
- Es constata que hi ha un **elevat grau d'interrelació amb altres sectors** més enllà del propi sector primari, com el **turisme, el comerç, l'educació i salut pública, el patrimoni cultural**, i que s'ha d'abordar el treball des de diferents perspectives.
- És un exemple de **desenvolupament econòmic endogen**, que permet construir unes bases de desenvolupament més sòlides amb la idea de reduir dependències externes, aconseguint territoris més resistents en períodes de crisi.
- Permet **posar en valor el patrimoni gastronòmic local**, amb la contribució dels restaurants, i pot contribuir a **configurar territoris atractius i de qualitat**.

L'any 2007 l'**STP** de l'Àrea de Desenvolupament Econòmic (amb la participació de les gerències de desenvolupament econòmic, turisme i comerç) i l'Àrea de Territori i Sostenibilitat (gerència d'espais naturals) impulsa el **projecte pilot 'Productes de la terra'**, per **experimentar i elaborar eines i recursos** conjuntament amb **11 ens locals** de caràcter supralocal de la província.

# Es posa en marxa el projecte pilot 'Productes de la terra' (2007-2008), els principals assoliments del qual van ser aquests:



CENS	DIAGNOSI	MILLORA ORG-SECTOR	OPTIMITZACIÓ GESTIÓ EMPR.	MILLORA PRODUCCIÓ	MILLORA COMERCIALIZACIÓ
<b>766 empreses 2807 productes</b>	<b>10 estudis</b>	<b>125 empreses participants</b>	<b>266 empresaris/es formats en gestió</b>	<b>74 empreses 4 ens locals</b>	<b>130 accions 10 empreses/acció</b>
<b>Censos locals</b> realitzats en els 12 territoris corresponents als ens locals participants	<b>Estudis de diagnosi</b> a partir de les dades del cens (Anoia, Bages, Berguedà, Garraf, Moianès, Vall del Ges, Vallès Oriental, Osona, Vallès Occidental, Maresme)	<p><b>Promoció marques qualitat territorial</b> (Garraf, Vallès Oriental, Vall del Ges, Berguedà, Alt Penedès)</p> <p><b>Sessions de treball</b> per fomentar l'associacionisme (Alt Penedès, Anoia, Bages, Baix Llobregat, Berguedà, Garraf, Moianès, Vall del Ges, Osona, Vallès Occidental, Maresme)</p> <p><b>Sortides benchmarking amb empresaris</b> (Alt Penedès, Berguedà, Vall del Ges, Vallès Occidental)</p> <p><b>2 associacions d'empresaris creada</b> amb el projecte (Berguedà i Moianès)</p>	<b>Formació als empresaris/àries en gestió empresarial</b> (Moianès, Baix Llobregat, Vall del Ges, Osona, Alt Penedès, Vallès Occidental)	<p><b>Formació</b> en cultiu varietats raïm negre, qualitat i seguretat alimentàries i <b>edició de Guia BBPP</b> (Alt Penedès)</p> <p><b>Formació en innovació i estudi</b> (Moianès)</p> <p><b>2 Convenis Recerca amb la UPC sobre Carxofa Prat</b> (Baix Llobregat)</p> <p><b>Estudi millora productiva de la patata del bufet</b> (Vall del Ges)</p> <p><b>Tràmits per a la sol·licitud de IGP</b> (Gall Penedès a Alt Penedès, Pollastre i Carxofa del Prat a Baix Llobregat, IGP Patata Bufet d'Orís a la Vall del Ges)</p>	<p><b>12 agromercats</b> (Vallès Oriental, Bages, Garraf, Anoia)</p> <p><b>5 catàlegs impresos / online empreses i productes</b> (Maresme, Moianès, Garraf, Vall del Ges, Baix Llobregat)</p> <p><b>Participació Agrotur</b> (Baix Llobregat, Bages, Moianès, Alt Penedès)</p> <p><b>Participació en fires del territori</b> (Berguedà, Moianès, Alt Penedès, Anoia, Garraf, Vall del Ges, Osona, Maresme)</p> <p><b>Sensibilització escoles</b> (Berguedà, Anoia, Moianès)</p> <p><b>Estudis</b> (comercialització, agrobotiga,...) (Bages, Berguedà, Moianès)</p>

# Les valoracions qualitatives després de finalitzar el projecte pilot van ser aquestes:

## Què ha funcionat?

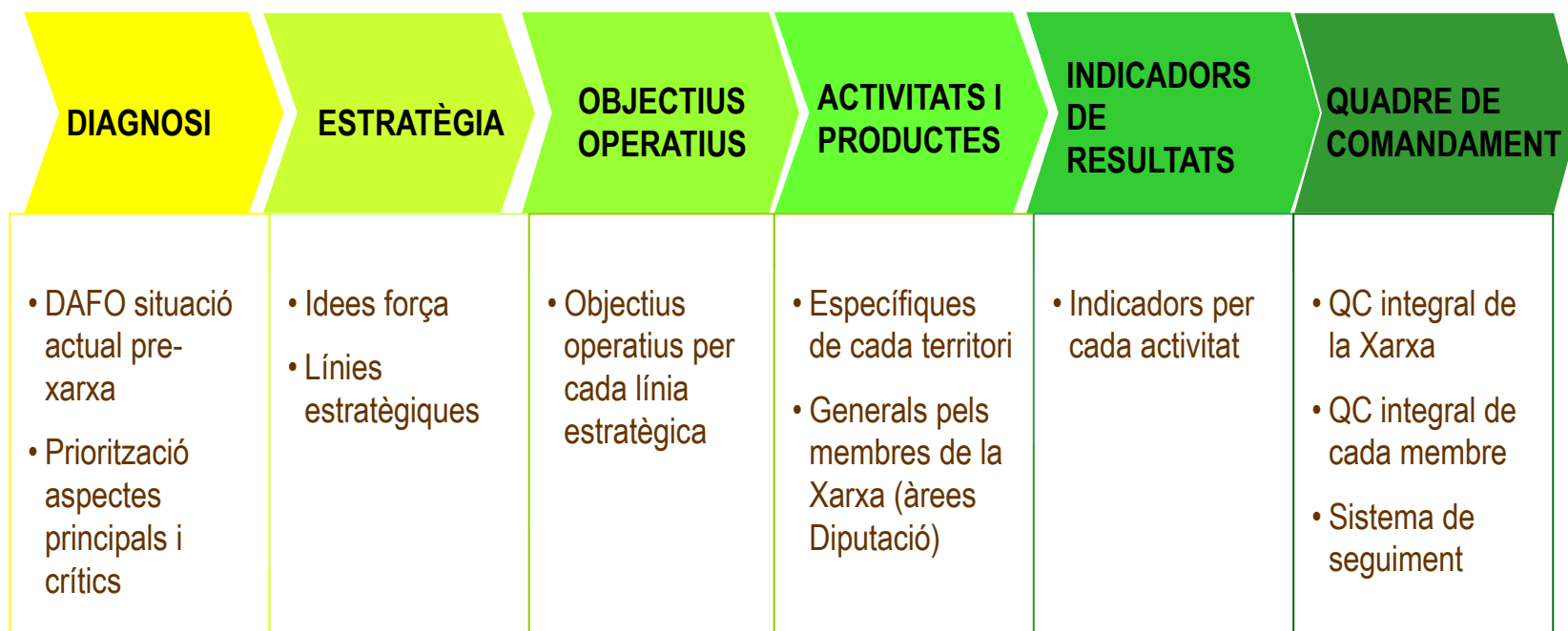
- S'ha contribuït a "**fer**" **sector** (teixit empresarial de productes locals i de qualitat) i s'ha constatat l'oportunitat de treballar amb el mateix.
- L'**escala territorial** (supralocal / comarcal) ha estat **idònia** per treballar amb un sector que es caracteritza fonamentalment pel seu arrelament territorial
- El **plantejament integral** (els àmbits d'actuació proposats) i **integrador** (dels diferents abordatges: àrees de Diputació, àrees consells comarcals, ...)
- La **visió empresarial**, abordant la mancança tradicional de bona part de les empreses del sector, que permet avançar en la competitivitat del mateix
- Les **relacions d'intercanvi** entre els socis, la formació, les visites d'estudi,... han donat fruits (accions conjuntes, *benchmarking*,...)

## Hem de millorar en...

- Més **treball previ** (sensibilització, preparació, implicació,...) **amb les empreses** per tal de garantir la rendibilitat de les accions (especialment en les accions de promoció i comercialització i, en concret, en els agomercats)
- Més **dedicació** per part del personal tècnic d'alguns dels ens locals
- Més recursos per la **millora de la producció** (qualitat i innovació) com a repte clau per a la competitivitat del sector
- Més **treball conjunt** per coordinar actuacions i apropar recursos (entre les àrees de la Diputació de Barcelona, amb la Generalitat de Catalunya,...)
- No perdre l'**impuls aconseguit** (actualitzar / millorar censos i catàlegs, contactes amb les empreses, accions iniciades,...)



# Vam decidir dotar-nos d'un Pla Estratègic i Operatiu (2010-2014) i vam organitzar un procés amb tots els membres per realitzar-lo



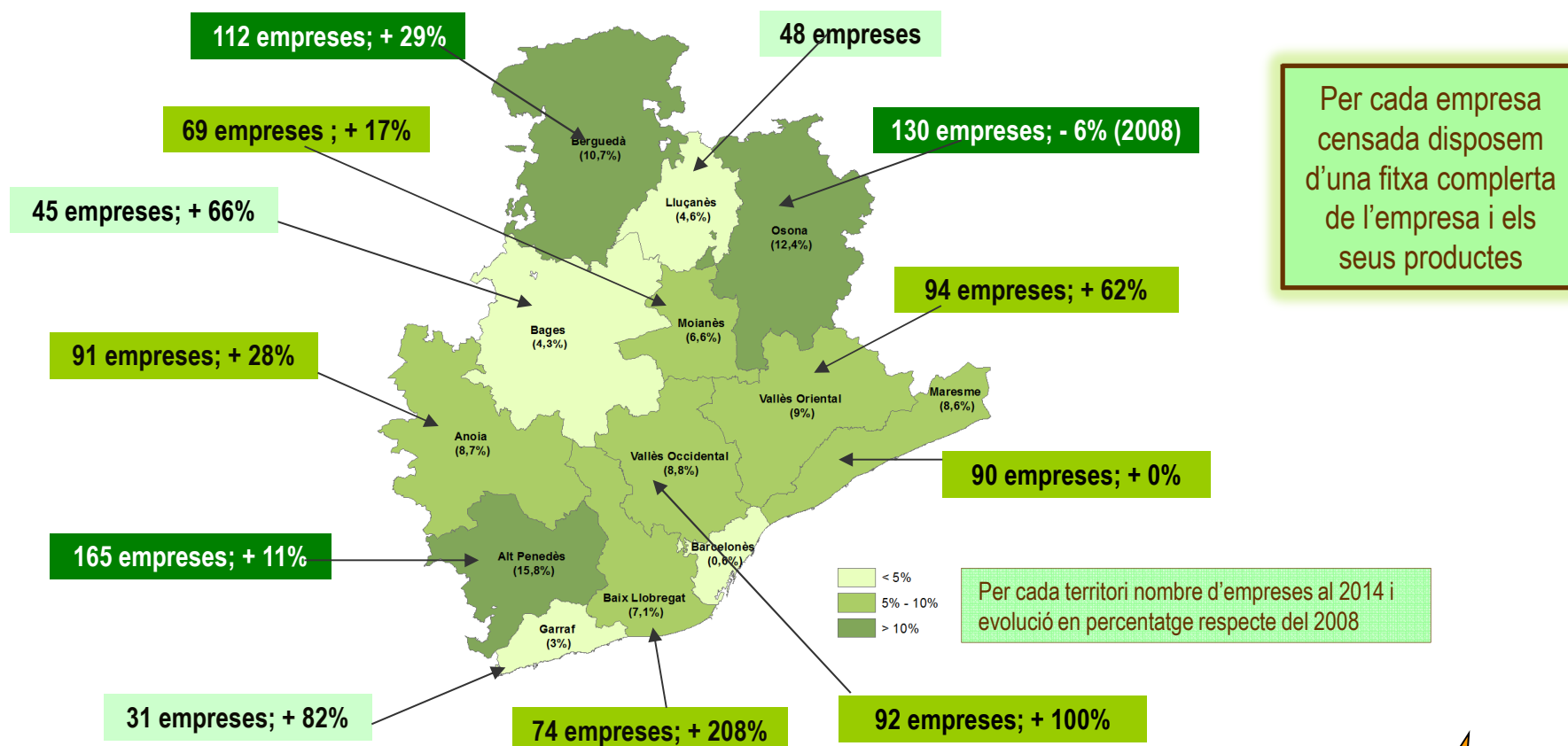
## Vam acordar l'arquitectura del PEiO 2010-2014, que hauria de permetre planificar i fer el seguiment de totes les activitats

IF1 – Disposar d'una Xarxa ben articulada i organitzada	L1 – Establiment sistema organitzatiu i dinamització Xarxa 2 objectius estratègics / 5 indicadors / 9 activitats
	L2 – Influència sobre altres organitzacions públiques i privades 2 objectius estratègics / 4 indicadors / 4 activitats
IF2 – Augmentar la competitivitat de les empreses	L3 – Coneixement i estructuració del sector 2 objectius estratègics / 6 indicadors / 46 activitats
	L4 – Optimització de la gestió empresarial 2 objectius estratègics / 6 indicadors / 68 activitats
	L5 – Millora de la producció 3 objectius estratègics / 8 indicadors / 54 activitats
	L6 – Promoció i Millora de la comercialització 2 objectius estratègics / 5 indicadors / 94 activitats
IF3 – Posar en valor el territori	L7 – Integració de les actuacions a nivell territorial 4 objectius estratègics / 5 indicadors / 62 activitats

**3 idees força, 17 objectius estratègics, 39 indicadors estratègics, 337 activitats**

# Des de l'any 2007 tenim cada any informació actualitzada del miler d'empreses de la Xarxa a través dels censos dels ens locals

L'empresa del cens és la que **produeix i/o elabora** productes alimentaris que per si mateixos tenen un **valor afegit** lligat a un territori concret i a la qualitat. Són produïts o elaborats amb un procés vinculat a uns **coneixements o habilitats personals** que poden que contribueixen a la conservació i manteniment d'un patrimoni i valors culturals i mediambientals.



2014: 1.047 empreses - 2011: 924 empreses - 2008: 766 empreses

**37%**  
increment



# Les 1.047 empreses censades el 2014 tenien aquestes característiques principals, extretes de la Diagnosi a partir de les dades del Cens:

Dades de caracterització del sector	Característiques gestió, comercialització i producció	Altres informacions del teixit empresarial
<ul style="list-style-type: none"><li>➤ El 71% són <b>microempreses</b> (d'1 a 5 treballadors).</li><li>➤ El perfil d'empresa és <b>familiar</b>, el titular de la qual és un home d'entre 35 i 65 anys, amb un màxim de 5 treballadors/es i amb relleu generacional assegurat.</li><li>➤ Un 46% d'empreses del cens són empreses elaboradores, un 30% productores, i un 19% productores-elaboradores.</li><li>➤ La majoria de productes tenen <b>sortida tot l'any</b>.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Un 41% de les empreses tenen la <b>voluntat d'ampliar la comercialització i distribució</b> dels productes</li><li>➤ La majoria de productes es venen en l'<b>àmbit local</b>, seguit del comarcal i català, mentre que la venda a l'Estat i a l'estranger és més reduïda (13%).</li><li>➤ El 52% de les empreses tenen <b>algun tipus de distintiu oficial</b>. Destaca el segell d'artesania alimentària (29%).</li><li>➤ Altres distintius són: PAE (25%) i DO vi (11%).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Hi ha 118 <b>empreses centenàries</b> a la Xarxa, un 11%</li><li>➤ S'observa un augment del nombre d'empreses que <b>complementen la seva activitat productiva</b> amb una altra activitat econòmica.</li><li>➤ Augmenta considerablement l'ús de les <b>TIC</b>, amb la irrupció recent de la utilització de les xarxes socials</li><li>➤ El nombre d'empreses que sol·licita i rep ajuts per part d'una administració pública <b>s'incrementa de manera considerable</b>.</li></ul>

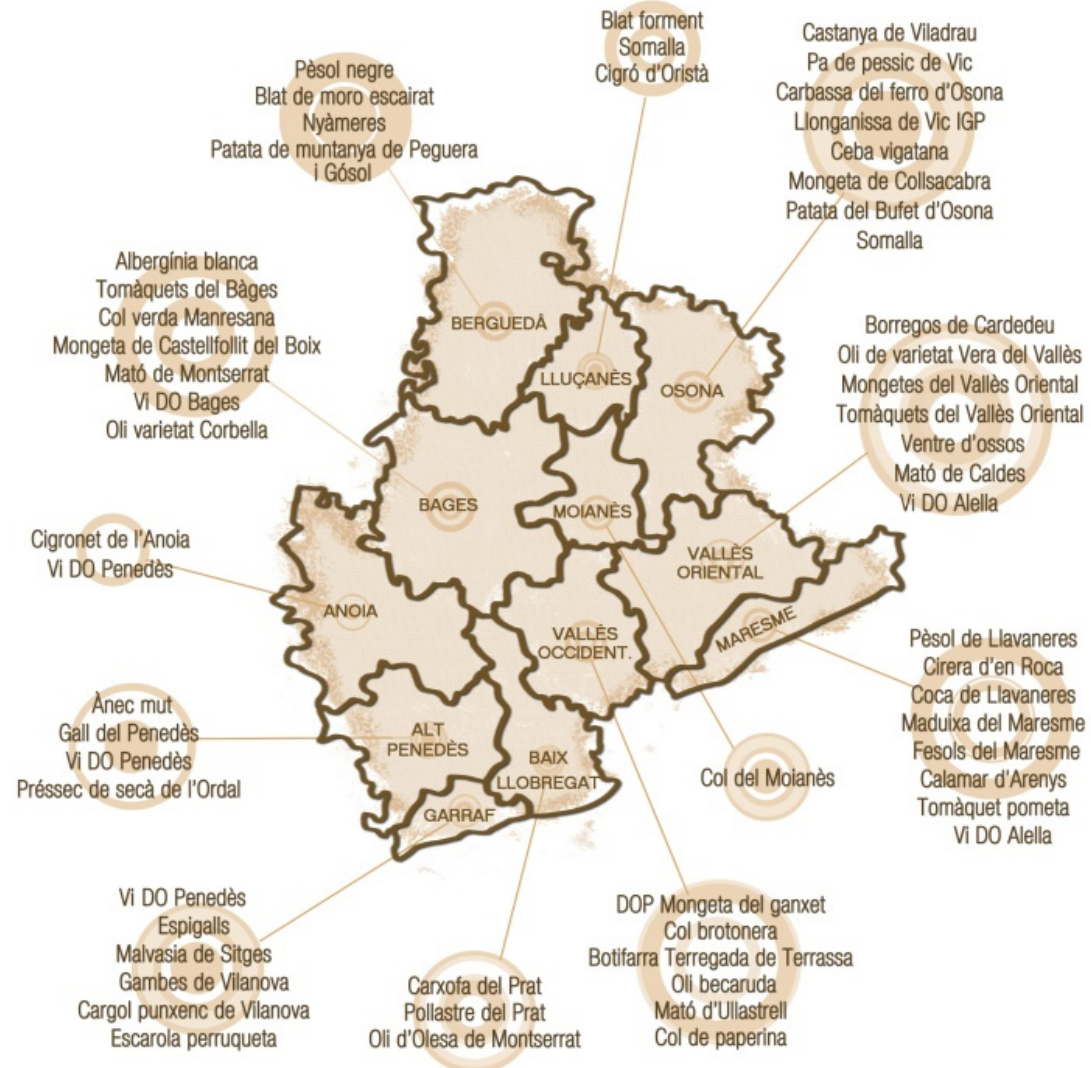
**Nombre de treballadors/es de les empreses de la Xarxa: 6.700 (estimació)**

*Font: Diagnosi del teixit empresarial dels productes alimentaris locals i de qualitat de la demarcació de Barcelona. Febrer 2015*

# De tots els productes de les empreses, l'any 2013 vam catalogar 55 productes singulars i 164 especialitats de la Xarxa

Procés d'identificació amb la implicació dels ens locals de la Xarxa i l'aval en els criteris i selecció final dels experts Pep Palau, Ramon Sentmartí, Fundació Àlicia i Fundació Miquel Agustí

Hi ha 286 empreses que elaboren un o més productes singulars (27% del total censat)



**El 20 d'abril del 2015 se celebra un Comitè Director (l'òrgan amb representació política de tots els membres de la Xarxa) que aprova el balanç del Pla Estratègic i Operatiu (2010-14) amb els resultats que es presenten a continuació**



# Els principals resultats de la *Línia 1 – Establiment d'un sistema organitzatiu i de dinamització de la Xarxa* van ser aquests:

## Indicadors de resultat – nivell estratègic

**Nombre d'activitats totals:** 712 realitzades de 886 previstes (80% d'assoliment).

**Recursos propis:** 3.399.170 € de 4.587.673 € previstos (74% d'assoliment).

**Recursos propis / total despesa executada:** 86%

**Pressupost per personal / pressupost total:** 57%

## Activitats conjuntes

- Signatura del protocol de la Xarxa
- Pla Estratègic i Operatiu 2010-2014
- Comunitat virtual i web pròpia
- 5 Comitès Directors i 8 Comissions de Seguiment realitzats (i grups de treball)
- 12 sessions d'intercanvi realitzades
- 9 rondes de visites de seguiment realitzades (2 per any)
- Establiment (2012) del Fons de prestació de la Xarxa en el marc del Catàleg de Serveis de DIBA (Gerència de Promoció Econòmica i Ocupació) i ajuts econòmics (Gerència Comerç)

1 tècnic a temps complet en la coordinació  
1 butlletí d'informació (315 altes, 42 butll .al 2015.)



Una Xarxa estructurada, amb un elevat volum d'activitat.  
**Repte: Diversificar les fonts de finançament i aconseguir la implicació de tots els membres i gerències de la DIBA.**

# Els principals resultats de la *Línia 2 – Influència sobre altres administracions públiques i privades van ser aquests:*

## Indicadors de resultat – nivell estratègic

**Nombre polítiques/projectes estratègia territorial en què s'ha participat:** 2 d'11 previstes (18% d'assoliment)

**Nombre de fòrums en els quals s'ha participat:** 10 de 18 previstos (56% d'assoliment)

**Nombre d'agents privats en plans d'actuació territorial:** 3.717 de 4.028 previstos (92% d'assoliment)

**Percentatge d'activitats que incorporen agents privats:** 39%

## Activitats conjuntes

- Establiment de contactes amb Generalitat de Catalunya (DARP, ACCIÓ), Federació de cooperatives agràries de Catalunya, Turisme de Barcelona.
- Presència en fòrums i jornades del sector: Alimentaria, Fòrum Gastronòmic, Mercat de mercats.
- Notorietat important: Joan Roca, Fermí Puig, Nando Jubany, Carme Rusalleda han participat en accions de la xarxa
- Disseny d'una marca pròpia.



Els darrers anys s'ha fet esforç per estar presents en fòrums destacats a nivell internacional.

**Repte: Defensar els interessos de les empreses de la Xarxa (enfrent altres administracions, impulsant canvis legislatius, etc.)**

# Els principals resultats de la *Línia 3 – Coneixement i estructuració del sector* van ser aquests:

## Indicadors de resultat – nivell estratègic

**Nombre d'estudis de diagnosi i prospectiva:** 21 de 27 previstos (78% d'assoliment)

**Nombre d'associacions creades:** 10 creades i 2 en procés de creació

**Nombre d'acords de cooperació signats:** 34 de 34 (100% d'assoliment)

Per exemple Osona  
Terra, taules de treball

## Activitats conjuntes

- 2 censos i 2 diagnosis provincials realitzats (2011 i 2014)
- 1 trobada d'associacions territorials realitzada en el marc del Fòrum Gastronòmic de Barcelona

Per exemple producció ecològica al V-Oriental, relleu generacional, situació financera d'elles cooperatives agrícoles, cens de mercats no sedentaris i fires o inventari de productes turístics



**Constitució d'associacions a la majoria dels territoris.**  
**Repte: Completar el nombre d'associacions territorials i dotar-les de major dimensió, autonomia i capacitat de liderar accions i establir acords.**

# Els principals resultats de la *Línia 4 – Optimització de la gestió empresarial* van ser aquests:

## Indicadors de resultat – nivell estratègic

**Nombre d'empreses formades:** 1.185 de 1.477 previstes (80% d'assoliment)

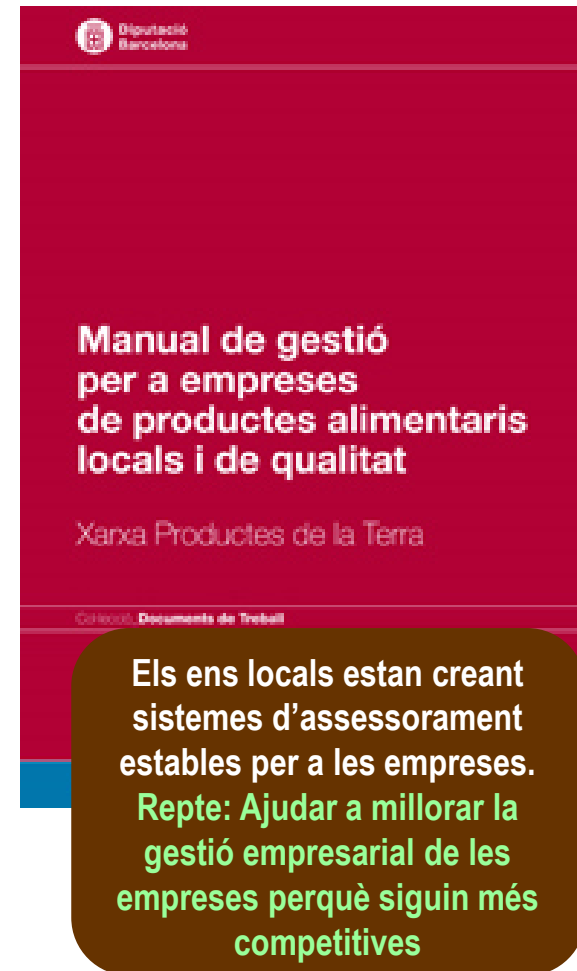
**Nombre d'empreses assessorades:** 333 de 297 previstes (112% d'assoliment)

**Nombre d'empreses assessorades amb millores implementades:** 54 de 57 (95% d'assoliment)

Per exemple gestió i direcció, tràmits, relleu generacional, web i xarxes socials, habilitats directives, etc.

## Activitats conjuntes

- 1 Manual de gestió editat, amb 7 sessions de presentació a tots els territoris.
- Aprofitament de recull d'activitats del STP
- Sessió formativa de tràmits per crear una empresa per al p. tècnic



# Els principals resultats de la *Línia 5 – Millora de la producció* van ser aquests:

## Indicadors de resultat – nivell estratègic

**Nombre d'empreses formades:** 1.049 de 1.519 previstes (69% d'assol.)

**Nombre d'empreses assessorades:** 537 de 634 previstes (85% d'assoliment)

**Nombre d'empreses assessorades amb millores implementades:**  
91 de 196 (46% d'assoliment)

**Nombre de processos de recuperació iniciats:** 70 de 87 previstos  
(80% d'assoliment)

**Nombre de noves varietats recuperades:** 96 de 61 previstes en 85 empreses  
(157% d'assoliment)

**Nombre de productors que incorporen noves varietats:** 103 de 262 previstos  
(39% d'assoliment)

## Activitats conjuntes

- 2 edicions del programa de formació en innovació empresarial, amb 75 empreses participants. (GSPEIO\_DIBA)
- Treball amb entitats de referència: Fundació Àlicia, Fundació Miquel Agustí, IRTA.
- Elaboració de 15 fitxes d'innovació productiva.
- Realització de cursos de seguretat alimentària i suport en l'organització de fires, informant sobre les condicions que ha de complir l'espai habilitat i les parades (Gerència Consum i Salut Pública\_DIBA)

Per exemple bones qualitats i traçabilitat, pràctiques raïm negre, IGP del Cigronet de l'Anoia, del Gall del Penedès i del préssec del Penedès

Per exemple mongeta de Collsacabra, pla de blat forment del Lluçanès



Un treball rellevant en la millora de la producció.

**Repte: Materialitzar la col·laboració entre les empreses de la Xarxa i els centres de recerca i coneixement**



# Els principals resultats de la *Línia 6 – Promoció i Millora de la comercialització* van ser aquests:

## Indicadors de resultat – nivell estratègic

### Nombre d'empreses que participen en noves formes de comercialització:

1.961 de 2.654 previstes (74% assoliment)

### Nous canals i formes de comercialització utilitzats:

55 de 58 previstos (95% d'assoliment)

### Nombre d'activitats de promoció i sensibilització:

640 de 620 previstes (103% d'assoliment)

### Nombre persones receptores activitats promoció i sensibilització:

1.266.580 de 1.328.539 prev. (95% assoliment)

## Activitats conjuntes

- Mercat de mercats (Gerència Comerç), Fira de l'Ascensió (Granollers), Mercats de la Terra (Maresme) i Mostra de Sant Cugat (Gerència Turisme).
- Venda al CORTE INGLÉS Barcelona i a CAPRABO (prescripció proveïdors i mercats)
- 11 catàlegs impresos i/o digitals de productes i empreses.
- Directori d'empreses i productes (2014 (700 empreses) i 2015 (1.000))
- Inserció a la Revista Cuina (des d'octubre 2013 mensualment en la secció *ad hoc* "sabors a prop de casa") i altres mitjans de comunicació.
- 2 jornades de *networking* (2011 i 2013) vídeos, amb 316 empreses i més de 1.000 contactes
- [Fòrum Gastronòmic 2014](#) (vídeo), 24 empreses – estand xpt – espai degustació



Línia de major pes, tant per pressupost com per accions realitzades.

**Repte: Introduir canals estables de comercialització i desenvolupar estratègies comercials innovadores**

Directori d'empreses  
i productes

2014



# Els principals resultats de la *Línia 7 – Integració de les activitats a nivell territorial* van ser aquests:

Per exemple allotjament rural, km0, restauració, club Anoia gastronòmic, vins del massís del Garraf, empreses visitables

## Indicadors de resultat – nivell estratègic

**Nombre d'activitats que impliquin el sector turístic:** 91 de 113 previstes (81% d'assoliment)

**Nombre d'activitats amb participació de sectors complementaris:** 120 de 135 previstes (89% d'assoliment)

**Nombre d'activitats i projectes interterritorials:** 45 de 43 previstos (105% d'assoliment)

## Activitats conjuntes

Per exemple accions conjuntes Anoia, Bages i Alt Penedès

- Parc a Taula (des del 2001). Actualment 240 entitats adherides, entre elles 78 productors i 80 restaurants
- Estudi per a l'estructuració de la promoció turística de la gastronomia a la província de Barcelona (2014. Fundació Alícia) per la Gerència de Turisme
- Viatge al Goierri per identificar accions de turisme gastronòmic
- Promoció dels productes locals en Menjadors escolars
- Projecte RurUrbal (2009-11)



Treball per apropar les empreses de la Xarxa als sectors complementaris.  
**Repte: empreses com a actiu del territori (experiència turística, valor cultural, paisatge...)**

# Els principals resultats dels indicadors generals del PEiO 2010-14 de la Xarxa van ser aquests:

## Indicadors de resultat – nivell estratègic

Nombre d'activitats totals: 712 realitzades de 886 previstes (80% d'assoliment).

Nivell de satisfacció per parts dels membres: 8,5 sobre 10

Nombre d'empreses diferents que participen de les accions / total d'empreses censades: 49% de mitjana anual – període 2010-2014.

Volum total de pressupost DIBA i ens locals / total d'empreses diferents que participen: 1.379€ / empresa de mitjana anual –període 2010-2014.



VALORS



EQUIP



ACCIÓ

- Aconseguir que tothom es faci seva la xarxa en termes d'identificació, alineament d'objectius i actuacions i finançament
- Millorar la dedicació i apoderament dels membres
- Millorar les eines de gestió i promoció (cens on-line, peio i web)



**Febrer.** Reunió amb 20 empreses de la xarxa  
**Març.** Visites bilaterals amb tots els membres  
**Abril.** Reunió amb els membres de la xarxa  
**Juny.** Reunió amb experts del sector  
**Setembre.** Reunió amb les associacions de la xarxa

Procés de reflexió estratègica per a disposar d'un nou pla estratègic i operatiu compartit per tots els membres de la xarxa



Gerència de Promoció Econòmica i Ocupació  
Gerència de Comerç  
Gerència de Turisme  
Gerència d'Espais Naturals  
Gerència de Salut Pública i Consum

<http://productesdelaterra.diba.cat>

