



# INFORME DEL PLA ESTRATÈGIC PER A LA DINAMITZACIÓ DEL SECTOR PRIMARI A VILANOVA I LA GELTRÚ

2021

El present estudi ha estat elaborat pel Centre de Recerca en Economia i Desenvolupament Agroalimentari CREDA-UPC-IRTA per encàrrec de l'Ajuntament de Vilanova.

Autors: D. Fernández, Z. Kallas, L.Reig, L. Lanzarote, J.M.Gil

## ÍNDEX

<b>Resum executiu .....</b>	<b>8</b>
<b>Introducció a la diagnosi .....</b>	<b>15</b>
Metodologia.....	16
Marc polític .....	18
Nivell comunitari.....	19
Nivell espanyol.....	22
Nivell català .....	24
Nivell comarcal .....	26
Nivell municipal .....	29
Altres estratègies locals: Resta de l'Estat .....	31
Estratègies locals a la Unió Europea .....	39
Estratègies contra el malbaratament alimentari .....	44
Idees comunes: Sostenibilitat, suport a Pimes, cadenes curtes, vincles amb paisatge i turisme.....	47
<b>Caracterització del sector primari a Vilanova i la Geltrú: Principals indicadors i problemàtica actual ..</b>	<b>49</b>
Introducció.....	49
Ocupació i valor afegit brut de la cadena de valor alimentària: Efectes de la crisi del 2009, capacitat per crear llocs de treball .....	50
Agricultura i ramaderia .....	51
Pesca: Reptes del relleu generacional, potencial del Port.....	64
Comerç i hostaleria: Diversos canals per a la comercialització del producte local.....	69
Promoció de productes locals: Accions a nivell municipal i comarcal .....	74
Relació de mesures proposades a les entrevistes .....	76
Principals resultats de la diagnosi: Descens en el nombre de productors, oportunitats en el port de Vilanova, i en la comercialització .....	81
<b>Enquesta.....</b>	<b>84</b>
Introducció.....	84
Metodologia, característiques de la mostra .....	85
Anàlisi de resultats .....	86

<b>Tallers</b> .....	<b>95</b>
Introducció.....	95
Metodologia.....	96
Resultats.....	97
Escenaris de futur per al sector .....	97
Priorització d'actuacions.....	99
<b>Conclusions: Propostes d'actuació per al Pla del Sector Primari</b> .....	<b>105</b>
Propostes àmbit producció.....	105
Propostes àmbit comercialització.....	107
Propostes àmbit educació, patrimoni cultural i turisme .....	108
Propostes àmbit governança .....	110

## ÍNDIX DE TAULES

<b>Taula 1. Resum actuacions tallers</b> .....	12
Taula 2. VAB sectors vinculats a la cadena de valor alimentària, Vilanova (milions de €, base 2010) .....	51
Taula 3. VAB i ocupació dels sectors relacionats amb la cadena de valor alimentària, Garraf .....	51
Taula 4. Nombre d'explotacions i hectàrees que aquestes ocupen (Vilanova) .....	52
Taula 5. Nombre d'explotacions i hectàrees que aquestes ocupen (Garraf) .....	52
Taula 6. Dimensió de les explotacions segons la superfície agrícola utilitzada (SAU) .....	55
Taula 7. Distribució de les explotacions segons el nombre d'unitats treball any (UTA) .....	55
Taula 8. Nombre de caps d'explotació, distribució per formació agrària .....	56
Taula 9. Nombre de caps d'explotació, distribució per edats .....	56
Taula 10. Nombre d'explotacions amb activitats complementàries en les quals s'utilitzen els recursos o productes de l'explotació .....	57
Taula 11. Sínies en actiu .....	58
Taula 12. Sínies dedicades a usos no agraris .....	59
Taula 13. Cellers participants en iniciatives de promoció comarcals .....	61
Taula 14. Nombre de barques al port de Vilanova .....	65
Taula 15. Restaurants participants a les iniciatives promocionals .....	72
Taula 16. Resum de les mesures derivades de les entrevistes .....	78
Taula 17. DAFO sector primari i cadena alimentària Vilanova i la Geltrú .....	82
Taula 18. Característiques sociodemogràfiques de la mostra .....	86
Taula 19. DAFO agricultura. Tallers Vilanova .....	101
Taula 20. DAFO ramaderia, pesca i aqüicultura. Tallers Vilanova .....	102
Taula 21. Resum actuacions tallers .....	103
Taula 22. Proposta de calendari d'actuacions. Producció, Comercialització .....	112
Taula 23. Proposta de calendari d'actuacions. Educació, patrimoni cultural i turisme; Governança .....	113
Taula 24. Proposta de calendari d'actuacions, diagrama Gantt .....	114

## ÍNDIX DE FIGURES

Gràfic 1: Persones assalariades afiliades a la Seguretat Social per grans sectors econòmics, a Vilanova i la Geltrú (mesos de juny entre 2009 i 2020) .....	50
Gràfic 2: Superfície rústica municipal, en hectàrees .....	53
Gràfic 3: Evolució en el nombre de parcel·les rústiques .....	53
Gràfic 4: Distribució de la superfície conreada, conreus herbacis i llenyosos (2019) .....	54
Gràfic 5: Mapa de sínies de Vilanova i la Geltrú .....	60
Gràfic 6: Evolució dels kg venuts a llotja, província de Barcelona (2000-2020) .....	66
Gràfic 7: Àrees protegides del litoral català .....	66
Gràfic 8. Inclou habitualment productes produïts localment a la seva cistella de la compra? (%) .....	87
Gràfic 9. On fa la compra dels següents productes frescos per la seva llar? (Resposta múltiple, %) .....	87
Gràfic 10. Grau de coneixement sobre el que significa un producte agroalimentari local (autoavaluació subjectiva) .....	88
Gràfic 11. Quins aspectes descriuen un producte agroalimentari local (resposta múltiple, %) .....	88
Gràfic 12. Gran potencial del producte de Vilanova: Alt nivell d'identificació, prestigi, confiança i orgull .....	89
Gràfic 13. Valoració grau de qualitat dels aliments que es venen al petit comerç de Vilanova i la Geltrú (-5 "menys qualitat" i 5 "més qualitat") .....	89
Gràfic 14. Valoració nivell de qualitat aliments (-5 "menys qualitat" i 5 "més qualitat") .....	90
Gràfic 15. Valoració sabor aliments (-5 "menys sabor" i 5 "més sabor") .....	90
Gràfic 16. Valoració grau de sostenibilitat aliments (-5 "menys sostenible" i 5 "més sostenible") .....	90
Gràfic 17. Valoració nivell de respecte amb el medi ambient aliments (-5 "menys respectuós" i 5 "més respectuós") .....	91
Gràfic 18. Valoració preu dels aliments que es venen al petit comerç de Vilanova i la Geltrú (-5 "més barats" i 5 "més cars") .....	91
Gràfic 19. Disposició a pagar un preu major pels productes amb etiqueta "Origen a Vilanova i la Geltrú" (%) .....	92
Gràfic 20. Disposició a pagar més per cada euro gastat en productes agroalimentaris amb l'etiqueta "Origen Vilanova i la Geltrú" (%) .....	92
Gràfic 21. Com creu que afectaria al consum de productes locals a Vilanova i la Geltrú si tinguessin una etiqueta certificada "Origen de Vilanova i la Geltrú"? .....	93
Gràfic 22. Com veuria la creació d'un segell que certifiqui els productes agroalimentaris produïts a Vilanova i la Geltrú per promocionar el consum local? .....	93

Gràfic 23. Com veuria la creació d'un carnet o targeta de fidelització i un sistema d'acumulació de punts per promocionar el consum local de productes de Vilanova i la Geltrú?.....94

Gràfic 24. Raons per les quals elegiria un producte amb segell "Origen de Vilanova i la Geltrú" (possibilitat de seleccionar dues opcions) .....94

## RESUM EXECUTIU

Vilanova i la Geltrú compta amb un sector primari divers, amb un ric patrimoni cultural i culinari lligat a l'horta i la pesca, capaç de generar oportunitats d'innovació i desenvolupament sostenible. A la vegada, el sector afronta reptes de futur, especialment pel que fa al manteniment de l'activitat. El present informe, elaborat en el marc del Pla Estratègic per a la Dinamització del Sector Primari a Vilanova i la Geltrú, té per objectiu ajudar al sector, i al conjunt de la cadena de valor alimentària, a fer front als seus reptes de desenvolupament futur, i a desenvolupar les seves potencialitats. En concret, l'informe planteja els següents objectius:

1. Fer un diagnòstic de l'estat actual del sector agroalimentari (agricultura, ramaderia i pesca) del municipi.
2. Identificar les experiències / dinàmiques positives que puguin servir com a "fars de desenvolupament" i caracteritzar les dimensions del seu èxit
3. Analitzar i reforçar la imatge de marca "Vilanova i la Geltrú" al municipi
4. Definir, amb el conjunt del sector, els objectius de futur pel sector primari a Vilanova i la Geltrú (escenaris desitjats)
5. Proposar estratègies, objectius i accions cap a l'assoliment del escenaris desitjats
6. Definir el criteris de prioritització i mesura d'assoliment de les accions (indicadors)

Per tal d'assolir aquests objectius s'ha emprat una metodologia de recerca mixta. D'una banda, l'informe es recolza en l'anàlisi de fonts d'informació qualitativa –documents, entrevistes en profunditat, tallers participatius–. De l'altra, s'han analitzat fonts d'informació quantitatives pre-existents –bases de dades com ara el Cens Agrari de l'INE o estadístiques aportades per l'Ajuntament de Vilanova i la Geltrú–; i s'ha realitzat una enquesta de tipus exploratòria sobre la percepció de la població cap a la marca Vilanova i la Geltrú, i temes relacionats com ara els hàbits de compra i consum de la població, i les barreres i potencials a Vilanova i la Geltrú per al consum de producte local. Amb aquestes fonts d'informació, s'han assolit les següents troballes:

### Objectiu 1

En el context de Vilanova i la Geltrú, factors com la falta de retorn econòmic, l'estat de les infraestructures o l'expansió de la superfície urbanitzable dificulten el manteniment de l'activitat i el relleu generacional, i són percebuts com una amenaça pel futur. Tanmateix, el sector compta amb fortaleses que donen valor afegit al seu producte, i que aporten oportunitats de futur. Vilanova compta amb un dels ports pesquers més importants del país, i la confraria de pescadors està implicada en projectes d'innovació que poden donar valor afegit a les captures i als subproductes de l'activitat pesquera. El municipi compta, a més, amb una important xarxa de mercats i petits comerços, així

com amb restaurants implicats en el desenvolupament de la gastronomia local. A tot això, també cal afegir la percepció que la població té interès pel producte ecològic i de proximitat, i és receptiva a activitats de promoció que hi donin valor afegit, com ara l'establiment d'una marca de productes de Vilanova. En l'àmbit de la pesca, a més a més, el peix de Vilanova gaudeix d'una bona reputació al mercat barceloní.

## Objectiu 2

Diferents nivells de govern (UE, Estat, Catalunya, Garraf, municipi) comparteixen una clara preocupació pel que fa al manteniment de l'activitat i el relleu generacional del sector primari, en particular de les seves Pimes. Les polítiques públiques incorporen, doncs, mesures que ajudin al manteniment de l'activitat i al relleu generacional; tot reforçant la capacitat d'innovació del sector amb el desenvolupament de nous models de negoci i la introducció de pràctiques d'agricultura i pesca sostenible. També es dona suport al desenvolupament de cadenes curtes, que aportin un major retorn al sector i un major accés de la població a aliments propers, sans i de qualitat. Aquestes mesures també són compartides per experiències de desenvolupament locals que podrien ser tipificades com a "fars de desenvolupament", a d'altres municipis a l'Estat i la resta de la UE. A més a més, dins d'aquestes experiències locals també es busca desenvolupar mecanismes de governança per fomentar la coordinació entre actors de la cadena de valor alimentària, administració pública, i d'altres actors rellevants, com ara el sector turístic o la ciutadania; essent un d'aquests mecanismes de governança els consells de política alimentària locals. Així mateix, també es prova amb diverses eines de promoció de productes locals, com ara accions de compra pública i actuacions en l'àmbit educatiu.

## Objectiu 3

Les visions recollides amb eines de recerca qualitatives –entrevistes en profunditat, tallers participatius– i quantitatives –enquesta exploratòria sobre la percepció de la població cap a la marca Vilanova i la Geltrú– suggereixen que la població podria ser receptiva a la implementació d'una marca "Origen Vilanova i la Geltrú", així com instruments de promoció relacionats, com ara targetes de fidelització. Aquest interès sembla trobar-se condicionat, però, a la gestió per part dels propis productors de la certificació i dels instruments de promoció relacionats. A més a més, les motivacions per donar suport al segell es troben lligades, sobretot, al desenvolupament socio-econòmic, suggerint que qualsevol estratègia d'implementació de la marca hauria d'apel·lar a l'interès per preservar la producció d'aliments local. D'altra banda, existeix una clara percepció que el segell ajudaria a incrementar el consum de productes locals, fins i tot si el preu d'aquests és major que el d'aliments no certificats. Complementàriament, els productes de Vilanova són percebuts com a aliments d'alta qualitat i més sostenibles

que la competència, sobretot si són de temporada; i la informació recollida suggereix que la població és receptiva a anar als mercats municipals per tal d'adquirir aquest tipus de productes. Cal tenir en compte, però, que aquestes troballes, de tipus exploratori, haurien de ser complementades per una enquesta més àmplia, amb una mostra representativa del conjunt de la població.

#### **Objectiu 4**

Els resultats de les entrevistes en profunditat, i els tallers participatius han permès elaborar una anàlisi DAFO, en la que s'exploren els escenaris desitjats per a l'evolució futura del sector primari i la cadena alimentària a Vilanova i la Geltrú. Gràcies a les contribucions d'actors clau del sector primari i la cadena de valor alimentària, és possible dibuixar, a partir de les oportunitats identificades en el DAFO, un escenari de futur desitjat en el que el creixent interès de la població cap als productes de temporada i la venda directa –recolzats en el fort apreci de la població cap als productes de Vilanova– han contribuït a crear un mercat per a la comercialització d'aliments de proximitat. A la vegada, aquest interès és reforçat per part de mesures de suport de l'Ajuntament cap al sector, cada cop més ajustades a les necessitats d'aquest. Algunes d'aquestes mesures busquen incentivar l'interès pel sector primari i el consum de productes locals, essent aquest el cas d'un segell que certifiqui els productes de Vilanova i la Geltrú, o el reforç d'activitats turístiques i educatives vinculades al sector primari. Les polítiques municipals, però, també abasten mesures de suport a la producció d'aliments, com ara actuacions que garanteixin oportunitats reals d'accés, per part dels joves que vulguin treballar en el sector primari; en particular, s'han desenvolupat vies d'accés efectives per a l'entrada de joves agricultors al camp.

Val a dir, però, que el Pla Estratègic també ha de tenir present potencials amenaces, que podrien allunyar el sector primari de l'escenari de futur anteriorment descrit. En l'àmbit de la producció, existeix el risc que la creixent pressió urbanística i la derivació de terres a finalitats no pròpiament agrícoles redueixin la producció d'aliments local, disminuint encara més la seva capacitat per satisfer la demanda local –ara per ara limitada–; simultàniament, la reducció en el nombre i grandària de les captures poden limitar l'atractiu del producte marítim de Vilanova. En l'àmbit del consum, el producte fresc –càrnic, vegetal o marítim– afronta una forta competència per part dels supermercats, que ofereixen disponibilitat i facilitat de consum. Per tant, les actuacions compreses dins el Pla Estratègic han de buscar allunyar el sector de les amenaces, tot acostant-lo cap a la visió desitjada. Oportunitats observades en el cas de Vilanova i la Geltrú, com l'interès de la població cap als productes locals, donen un avantatge comparativa vers d'altres municipis en els quals aquest interès cap al sector primari no és tant present.

## Objectiu 5

Per tal d'assolir l'escenari desitjat, els participants als tallers –actors representatius del sector primari i la cadena de valor alimentària al municipi– han realitzat propostes sobre el tipus d'actuacions que caldria implementar. Aquestes propostes d'actuació, prioritzades pels propis participants, s'han complementat de les aportacions obtingudes amb l'enquesta exploratòria. En concret, es parla de propostes d'actuació a la cadena de valor alimentària –producció i comercialització–, i en àmbits estretament relacionats amb aquesta –educació, patrimoni i turisme cultural; governança–. S'inclou avall un resum de les propostes d'actuació més prioritàries:

- **Producció:** Protecció dels espais agraris davant de la urbanització; reforçament infraestructures agràries (camins, rec); facilitar la cessió de terres d'agricultors jubilats a joves agricultors, per tal d'ajudar a l'entrada de joves productors; assegurar el control i verificació de la traçabilitat de la producció pesquera; promoure canals curts de comercialització per tal d'afavorir la simbiosi entre productors i comercialitzadors (aquesta última mesura també abasta l'àmbit de la comercialització).
- **Comercialització:** Establiment i promoció del segell “producte de Vilanova”, gestionat per una entitat dels productors i lligat al producte de temporada; compra pública de producció local, per abastir els menjadors locals i el servei de càtering municipal; activitats de suport al mercat de mar, que ajudin a incrementar-ne l'atractiu.
- **Educació, patrimoni i turisme cultural:** Activitats educatives per sensibilitzar a la població en la compra habitual de producte local i de temporada. Aquestes activitats s'haurien de concentrar en les famílies amb infants de 12 anys o més joves.
- **Governança:** Reforçar el vincle entre ajuntament i cadena de valor alimentària, en el disseny i implementació de polítiques públiques. Un possible format, partint d'altres experiències locals analitzades a l'Estat i la UE, podrien ser els consells de política alimentària locals (veure objectiu 2).

## Objectiu 6

Durant els tallers participatius els participants també han tingut l'oportunitat de prioritzar les actuacions. En concret, per cada un dels àmbits mencionats anteriorment –producció, comercialització; educació, patrimoni i turisme cultural; governança– els participants han escollit tres opcions, establint-ne una classificació (taula 2). Aquest exercici de priorització també ajuda a establir un calendari amb actuacions a curt, mig i llarg termini -1, 2 i 5 anys-, que es desenvoluparà més àmpliament a les conclusions finals de l'estudi, juntament amb els indicadors per mesurar-ne el grau d'implementació. Cal tenir present, però, que el calendari d'actuacions no té perquè ajustar-se

completament a les preferències indicades pels participants al taller. En alguns casos, la complexitat de les actuacions proposades implica donar més temps per al disseny i implementació d'aquestes, que el previst originalment. També s'inclou per algunes d'aquestes propostes d'actuació potencials fonts de finançament de la Unió Europea, en aquells casos on ha estat possible trobar fonts relacionades amb la proposta d'actuació.

**Taula 1. Resum actuacions tallers**

Taller agricultura			
Actuacions	Primera actuació	Segona actuació	Tercera actuació
<b>Producció</b>	Protegir els espais agraris existents davant del desenvolupament urbanístic	Facilitar la cessió de terres d'agricultors jubilats a joves agricultors	Millorar la infraestructura de rec del pantà de Foix
<b>Comercialització</b>	Compra pública de producció local (municipi) per a menjadors escolars, així com per al servei de càtering de l'Ajuntament, tot incentivant la demanda de productes locals KMO	Desenvolupar activitats de suport al mercat de mar	Realitzar polítiques de suport al petit comerç, fora dels mercats
<b>Educació, patrimoni cultural i turisme</b>	Realitzar campanyes de sensibilització de la ciutadania cap als temes agrícoles	Realitzar activitats educatives en les escoles públiques sobre productes de temporada	Difondre el patrimoni històric del Pantà de Foix
<b>Governança</b>	Desenvolupar el reglament de la llei d'espais agraris de 2019, per tal de crear un marc legal que posi a disposició dels joves superfície agrària útil no utilitzada pels propietaris. Les terres agràries han de ser un bé públic	Facilitar l'accés al terreny agrícola amb la intermediació de l'ajuntament entre els propietaris i nous emprenedors agrícoles. A través de desenvolupament normatiu propi, incentivar que els propietaris arrendin la terra a nous emprenedors agrícoles	Participació més activa de les institucions públiques en els esdeveniments que organitzen els productors, com ara cooperatives, fires o mercats
Taller ramaderia, pesca i aqüicultura			
Actuacions	Primera actuació	Segona actuació	Tercera actuació
<b>Producció</b>	Assegurar el control i verificació de la traçabilitat de la producció pesquera, per tal d'evitar l'ús indegut del nom de Vilanova en els productes	Promoure canals curts de comercialització que incentivin la simbiosi entre productors i comercialitzadors	Donar suport a iniciatives d'innovació al port de Vilanova, que ajudin a diversificar-ne les fonts d'ingressos
<b>Comercialització</b>	Liderar, de forma continuada i no ocasional, campanyes de conscienciació de la ciutadania sobre la cultura de consum de peix fresc de temporada incloent activitats com ara cursos de cuina	Crear un ens (portal, app) que vinculi la llotja amb els mercats i restauradors per millorar la comunicació. L'ens aportaria a mercats i restauradors informació actualitzada sobre l'activitat de llotja (captures per espècie de peix. Difusió continuada de l'ens en xarxes socials, per exemple amb continguts d'Instagram (imatges plats de cuina marinera, espècies de peix, vaixells entrant i sortint del port)	Introduir noves tecnologies al mercat, que facilitin que la gent compri
<b>Educació, patrimoni cultural i turisme</b>	Promoure activitats educatives que ajudin a fomentar la compra freqüent de producte local i de temporada, i en quantitats adequades per al consum setmanal, tot evitant el malbaratament alimentari	Promocionar la introducció de continguts educatius sobre el producte de temporada i de proximitat (tallers, sortides educatives, cursos)	Centrar les accions educatives sobre producte local i de temporada en famílies amb infants menors de 12 anys. Pares i mares estaran especialment interessats en la bona alimentació dels seus infants, i serà més fàcil inculcar nous gustos entre els infants
<b>Governança</b>	Reforçar el vincle entre ajuntament i sector, en les activitats de promoció d'aquest	Millorar la difusió de les activitats promocionals de l'Ajuntament i NODE Garraf, amb una implicació més àmplia i difosa en aquestes activitats de productors, establiments comercialitzadors i restauradors	Crear, lligat a un segell de Vilanova, un carnet de fidelització de productes de consum local que permeti acumular punts per cada compra. A canvi, la ciutadania podria rebre descomptes i premis

L'informe es divideix en tres parts; la primera, dirigida a assolir els objectius 1 i 2, parteix d'una anàlisi del context de política pública a la UE, l'Estat, el Garraf, i a nivell municipal, tot analitzant les prioritats de les polítiques públiques en aquests nivells de govern. A la vegada, també s'analitzen experiències d'interès locals en d'altres municipis de l'Estat i la UE. Aquesta anàlisi permet il·lustrar el context de política pública en el que se situa

Vilanova i la Geltrú, tot facilitant el diagnòstic de l'estat del sector primari i la cadena de valor alimentària a Vilanova i la Geltrú.

La segona part comença amb una anàlisi de les principals troballes de l'enquesta exploratòria sobre les preferències de la població vilanovina vers la marca "Vilanova i la Geltrú" (objectiu 3). Posteriorment, la secció repassa els resultats dels tallers participatius dirigits a definir l'escenari de futur desitjat a Vilanova i la Geltrú (objectiu 4), així com les propostes d'actuació que caldria implementar, per tal d'assolir aquest escenari (objectiu 5).

Recolzant-se en la prioritització establerta pels propis participants als tallers participatius –actors representatius del sector primari i la cadena de valor alimentària al municipi–, la tercera part estableix un calendari d'actuacions a 1, 2 i 5 anys vista (objectiu 6). En aquest apartat també es fa referència a fonts de finançament comunitari, que podrien ajudar a dissenyar i implementar les actuacions.

# PRIMERA PART: DIAGNOSI

## INTRODUCCIÓ A LA DIAGNOSI

La primera part del present estudi, anomenada diagnosi, desenvolupa un diagnòstic de l'estat del sector primari i la cadena de valor alimentària a Vilanova i la Geltrú (objectiu 1). També identifica les experiències o dinàmiques positives que poden servir com a “fars de desenvolupament”, tot caracteritzant les dimensions del seu èxit (objectiu 2).

Amb aquests objectius en ment, la diagnosi es divideix en tres seccions. La primera en defineix el marc metodològic. La segona, centrada en el marc polític, analitza les estratègies desenvolupades en els àmbits europeu, espanyol, català, comarcal i municipal (incloent estratègies desenvolupades a Vilanova, i a d'altres municipis a l'Estat i la UE). S'hi identifiquen aquelles tendències que són compartides entre bona part o el conjunt de les estratègies. Pel que fa a la tercera secció, aquesta parteix de les tendències identificades en el marc polític, per tal d'analitzar l'estat del sector primari i la cadena alimentària al municipi. Partint de fonts de dades estadístiques, informes i entrevistes semi-estructurades, s'estudia quins són els principals reptes del sector, així com les seves oportunitats de desenvolupament futur; i en les entrevistes es recullen propostes de millora per al sector. La diagnosi conclou, en aquest sentit, amb una anàlisi DAFO.

Entre les troballes principals de la diagnosi, cal destacar que diferents nivells de govern comparteixen una clara preocupació pel que fa al manteniment de l'activitat i el relleu generacional del sector primari, en particular de les seves Pimes. Aquesta preocupació també és visible en experiències de desenvolupament locals que podrien ser tipificades com a “fars de desenvolupament”, a d'altres municipis a l'Estat i la resta de la UE. Les polítiques públiques incorporen, doncs, mesures que ajudin al manteniment de l'activitat i al relleu generacional; tot reforçant la capacitat d'innovació del sector amb el desenvolupament de nous models de negoci i la introducció de pràctiques d'agricultura i pesca sostenible. També es dóna suport al desenvolupament de cadenes curtes, que aportin un major retorn al sector i un major accés de la població a aliments propers, sans i de qualitat. En aquest estudi les cadenes curtes es defineixen com a cadenes de subministrament en les quals n'hi ha el menor número d'intermediaris possible entre productors i ciutadans. Aquestes cadenes faciliten la traçabilitat del producte, i ajuden als productors a obtenir un major ingrés pel seu producte. A més a més, els intermediaris afegeixen valor al producte, destacant-ne trets que el distingeixen, com ara els seus orígens o les tècniques de producció emprades.

El marc polític definit a diferents nivells de govern troba el seu ressò en el context de Vilanova i la Geltrú, on la davallada en el nombre de professionals és una de les principals debilitats del sector. Factors com la falta de retorn econòmic, l'estat de les infraestructures o l'expansió de la superfície urbanitzable dificulten el manteniment de l'activitat i el relleu generacional, i són percebuts com una amenaça pel futur.

Tanmateix, el sector compta amb fortaleeses que donen valor afegit al seu producte, i que aporten oportunitats de futur. Vilanova compta amb un dels ports pesquers més importants del país, i la confraria de pescadors està implicada en projectes d'innovació que poden donar valor afegit a les captures i als subproductes de l'activitat pesquera. El municipi compta, a més, amb una important xarxa de mercats i petits comerços, així com amb restaurants implicats en el desenvolupament de la gastronomia local. A tot això, també cal afegir la percepció que la població té interès pel producte ecològic i de proximitat, i és receptiva a activitats de promoció que hi donin valor afegit, com ara l'establiment d'una marca de productes de Vilanova. En l'àmbit de la pesca, a més a més, el peix de Vilanova gaudeix d'una bona reputació al mercat barceloní.

## METODOLOGIA

Seguint una metodologia de mètode mixt, la diagnosi emprà fonts d'informació qualitatives (informació documental, entrevistes semi-estructurades) i quantitatives (bases de dades estadístiques) per tal de desenvolupar una imatge el més completa possible del marc de polítiques públiques que regula el sector primari i la cadena de valor alimentària; així com de la situació del sector a Vilanova i la Geltrú. Amb l'anàlisi del marc polític, es busca identificar tendències comunes en les estratègies desenvolupades a diferent nivell de govern. Posteriorment, la diagnosi intenta comprendre l'estat de la cadena de valor alimentària, tot tenint en compte les tendències identificades al marc polític.

L'ús d'una metodologia de mètode mixt ajuda, a més a més, a que diferents tipus de bases de dades complementin les seves fortaleeses i debilitats respectives. Per exemple, fonts d'informació documental com ara informes i pàgines web comarcals han permès obtenir dades sobre l'estat de la indústria agroalimentària al municipi, complementant la falta de fonts de dades quantitatives sobre aquesta. Així mateix, mentre la informació quantitativa permet obtenir informació generalitzable a una població sencera (per exemple, l'edat mitjana dels agricultors al municipi), les entrevistes semi-estructurades permeten estudiar la percepció que actors representatius d'aquesta població tenen de l'estat del sector primari i de la cadena alimentària, així com de les mesures que caldria portar a terme per assegurar el seu futur.

Les següents fonts de dades quantitatives s'han emprat pel present estudi:

- Cens agrari INE, cadastre Ministeri d'Hisenda: Dades sobre l'estat de l'activitat agrícola i ramadera.
- Informe *El sector primari a Vilanova i la Geltrú*, Ajuntament de Vilanova i la Geltrú, Informe *Primer sector d'activitat econòmica de Vilanova i la Geltrú*,

Ajuntament de Vilanova i la Geltrú<sup>ii</sup>: Dades sobre l'estat del sector primari, la indústria agroalimentària i els canals de distribució de la producció local.

- Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE), base de dades de superfícies en agricultura ecològica<sup>iii</sup>: Dades sobre l'estat de l'agricultura ecològica.
- Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació, estadístiques de pesca<sup>iv</sup>: Dades sobre l'estat de l'activitat pesquera.
- Idescat: Dades sobre l'estat del sector primari, la indústria agroalimentària i els canals de distribució de la producció local.
- Informes Índex Federació Empresarial del Gran Penedès de competitivitat de les comarques<sup>v</sup>: Dades sobre l'estat del sector primari, la indústria agroalimentària i els canals de distribució de la producció local.

Pel que fa a les fonts de dades qualitatives, s'ha obtingut informació sobre el marc polític tot consultant les pàgines web dels nivells de govern inclosos en la diagnosi, incloent: Comissió Europea (Unió Europea); Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació (Espanya); Departament d'Agricultura, Pesca i Alimentació (Catalunya), NODE Garraf, Ajuntament de Vilanova; estratègies agroalimentàries a d'altres municipis de l'Estat i de la Unió Europea, parcs agraris de Gallecs i el Baix Llobregat. També s'ha consultat pàgines web d'iniciatives contra el malbaratament alimentari, en tant que aquestes han adquirit una importància creixent, a diferents nivells de govern. Altres fonts d'informació documental ajudaren a obtenir informació sobre l'estat de la indústria agroalimentària i els canals de distribució de la producció local. Aquestes són:

- Articles periodístics (diaris electrònics).
- Ajuntament: Directori, notícies (web de l'Ajuntament); informes municipals.
- Agència de desenvolupament comarcal NODE Garraf: Informació sobre campanyes de promoció comarcals (pàgina web de l'agència).
- Informe de la consultora Agro 3 sobre l'estat del sector primari a Vilanova i la Geltrú

Finalment, entre els mesos de desembre de 2020 i gener de 2021 es realitzaren 7 entrevistes semi-estructurades, en línia i presencialment. Les entrevistes tenien com a objectiu conèixer la percepció que diferents agents econòmics, polítics i socials del municipi tenen de l'estat del sector primari i la cadena agroalimentària, i de les seves necessitats futures. D'aquesta manera, les entrevistes complementen, amb percepcions subjectives, la informació obtinguda a través de les fonts de dades estadístiques i la informació documental. Els entrevistats (10 en total, en tant que en 3 ocasions s'entrevistà a 2 persones) s'han seleccionat amb l'objectiu de representar un ampli ventall d'agents relacionats amb el sector, en concret:

- Productors: Pesca, aquicultura, agricultura, agro-indústria.

- Administració municipal i comarcal.
- Societat civil.

Les entrevistes han estat transcrits i analitzades a través del programa d'anàlisi qualitatiu Nvivo. Les transcripcions s'han analitzat amb dos sistemes de codificació; un, de tipus deductiu, on les transcripcions s'analitzen amb codis extrets de les estadístiques i la informació documental disponible; i l'altre, de tipus inductiu, on els codis parteixen de les pròpies transcripcions. L'objectiu d'aquest procediment és facilitar l'ús de les entrevistes com a font d'informació complementària.

## MARC POLÍTIC

L'objectiu d'aquesta secció és identificar, en l'àmbit de les polítiques del sector primari i la cadena alimentària, les principals tendències a nivell europeu, estatal, català, comarcal i municipal, tot tenint en compte experiències realitzades a Vilanova i municipis similars. Aquestes polítiques, al incentivar determinats tipus d'activitats alimentàries, constitueixen el marc d'elaboració del pla estratègic. Amb aquest objectiu en ment, el document se centra en aquells aspectes de les polítiques que poden servir de referència per a l'anàlisi de l'estat del sector a Vilanova i la Geltrú. Les estratègies considerades són:

### Nivell comunitari

- Política Agrícola Comuna (PAC) 2021-2027<sup>vi</sup>
- Fons Europeu Marítim i de Pesca 2021-2027<sup>vii</sup>
- *Green Deal*: Estratègia de la granja a la taula<sup>viii</sup>
- *Green Deal*: Estratègia de la biodiversitat<sup>ix</sup>

### Nivell espanyol

- Pla estratègic per a la PAC post-2020<sup>x</sup>

### Nivell català

- Pla Estratègic d'Alimentació de Catalunya 2021-2026<sup>xi</sup>
- Estratègia Marítima de Catalunya 2030<sup>xii</sup>

### Nivell comarcal

- Pla de Desenvolupament Econòmic i Social del Garraf 2014-2020<sup>xiii</sup>
- Pla Estratègic d'Activitat Econòmica del Garraf, període 2021-2025<sup>xiv</sup>
- Estratègia de Turisme Gourmet del Garraf<sup>xv</sup>
- Projectes específics

## Nivell municipal

- Pla d'Actuació Municipal de Vilanova i la Geltrú<sup>xvi</sup>
- Estratègies locals a la resta de l'Estat: Baix Llobregat, Gallecs, Dènia, Vitoria-Gasteiz
- Estratègies locals a d'altres països de la UE: Bordeus, Bristol, Ghent

Adicionalment, s'inclou un apartat on es recullen experiències d'actuacions, al conjunt de l'Estat i a nivell internacional, en l'àmbit del malbaratament alimentari. Si bé aquestes experiències no es troben circumscrites en un nivell concret de política (europeu, estatal, català, comarcal, municipal), s'ha cregut necessari dedicar-hi un apartat específic, donada la seva creixent influència en l'elaboració de polítiques públiques.

En conjunt, és possible observar a diferents nivells de govern un interès creixent cap a la preservació del sector primari (sobretot les explotacions petites i mitjanes), la producció sostenible, el foment de les cadenes curtes, la reducció del malbaratament alimentari i el desenvolupament de nous models de negoci vinculats a la preservació del paisatge.

---

## NIVELL COMUNITARI

Les polítiques comunitàries posen èmfasi, sobretot, en la implementació de pràctiques sostenibles en el sector primari, i en la pervivència de les explotacions petites i mitjanes, fomentant la innovació, la competitivitat i el relleu generacional. Indirectament, aquestes polítiques poden contribuir al desenvolupament de cadenes curtes, al fomentar el consum d'aliments obtinguts a partir de pràctiques agroalimentàries respectuoses amb els ecosistemes. També podrien fomentar nous models de negoci sostenibles recolzats en la valorització dels recursos naturals, com el turisme vinculat al sector primari.

---

## POLÍTICA AGRÍCOLA COMUNA (PAC) 2021-2027

La PAC presenta un conjunt d'objectius, vinculats a la contribució del sector primari a la lluita contra el canvi climàtic, i a la pervivència de les explotacions petites i mitjanes:

1. Assegurar uns ingressos justos pels agricultors, i la resiliència d'aquests al conjunt de la UE per tal d'augmentar la seguretat alimentària.
2. Augmentar la competitivitat i productivitat agrícola de forma sostenible, per tal d'afrontar el repte d'una major demanda en un món amb recursos limitats i afectat pel canvi climàtic.

3. Millorar la posició dels agricultors a la cadena de valor.
4. Contribuir a la mitigació i adaptació al canvi climàtic, així com a l'energia sostenible.
5. Fomentar el desenvolupament sostenible i la gestió eficient dels recursos naturals com ara l'aigua, el sòl i l'aire.
6. Contribució a la protecció de la biodiversitat, millorar els serveis ecosistèmics i preservar els habitats i entorns.
7. Modernitzar el sector agrícola amb l'atracció de la joventut i la millora en el desenvolupament dels negocis.
8. Promoció de l'ocupació, el creixement, la inclusió social i el desenvolupament local en zones rurals, incloent la bioeconomia i la silvicultura sostenible.
9. Millorar la resposta de l'agricultura comunitària a les demandes societals en alimentació i salut, incloent aliments sans, sostenibles i amb un alt valor nutricional; reduint el malbaratament alimentari, i millorant el benestar animal.

Pels objectius 1, 2 i 3 s'inclouen les següents mesures:

- Més ajudes directes per hectàrea per agricultors petits i mitjans.
- Limitar els pagaments directes a un màxim de 100.000€ per explotació.
- Mínim d'un 2% d'ajudes directes a cada Estat membre per agricultors joves, a més d'altres mesures de suport que es puguin derivar dels fons FEADER.
- Els Estats Membre haurien d'assegurar que només reben suport aquells agricultors que depenen econòmicament de les explotacions.

Pels objectius 4, 5 i 6 s'inclouen les següents mesures:

- Establir la rotació de cultius com a obligatòria per a totes aquelles terres que rebin ajudes directes.
- Establir la obligatorietat d'ús d'eines de gestió de nutrients, per tal d'ajudar als receptes d'ajudes directes a millorar la gestió de l'aigua i reduir la pol·lució derivada d'un mal ús dels nutrients.
- Establir la obligatorietat que els Estats incloguin en els seus plans estratègics els eco-esquemes. Aquests esquemes, que formarien part del pilar d'ajuts directes de la PAC, tindrien per objectiu incentivar als agricultors a desenvolupar pràctiques d'agricultura sostenible, més enllà dels mínims requerits per la PAC. Els agricultors no estarien obligats a acollir-se a aquests ajuts.

Pels objectius 7, 8 i 9 s'inclouen les següents mesures:

- Encoratjar la transferència de coneixement intergeneracional i millorar l'accés a la terra per part dels agricultors joves.
- Promoure la ocupació, el creixement, el desenvolupament local i la inclusió social en zones rurals, incloent la bioeconomia i la silvicultura sostenible.
- Més garanties comunitàries a l'alimentació sostenible i sana, així com al benestar animal.
- Suport a les comunitats rurals a través de la iniciativa de *smart villages* i iniciatives comunitàries del programa LEADER.

#### FONS EUROPEU MARÍTIM I DE PESCA 2021-2027

Comprèn mesures que incentiven el desenvolupament de pràctiques sostenibles en l'àmbit pesquer:

- Major focus en resultats: Recepció de fons condicionada a demostrar contribució als objectius de conservació establerts per la política de pesca comunitària.
- Major focus en pesca de costa a petita escala, amb l'objectiu d'encoratjar pràctiques de pesca sostenibles.
- Més i més ampli suport per les comunitats costeres. Suport per a partenariats locals que cobreixin al conjunt de sectors de l'economia blava.

#### ESTRATÈGIA DE LA GRANJA A LA TAULA

L'estratègia busca, dins del *Green Deal* europeu, un sistema alimentari més sostenible. En concret, inclou les següents mesures, relacionades amb la nova PAC i al Fons Europeu Marítim i de Pesca:

- Reducció en l'ús de pesticides a l'agricultura: Assolir, en 2030, una reducció del 50% en l'ús i el risc derivat dels pesticides químics; així com una reducció del 50% en l'ús dels pesticides més perillosos.
- Reducció en els vessaments de nutrients a l'entorn: Assolir, en 2030, una reducció del 50% en la pèrdua de nutrients, assegurant el no deteriorament del sòl fèrtil; així com un descens del 20% en l'ús de fertilitzants.
- Reduir problemes derivats de la resistència als antibiòtics: Reduir, d'aquí a 2030, una reducció del 50% en la venda d'antimicrobians per animals de granja i aqüicultura.
- Agricultura orgànica: Assolir que un 25% de la superfície agrícola estigui dedicada a aquest règim, d'aquí a 2030.
- Etiquetatge obligatori informant al consumidor sobre els aspectes climàtics, ambientals i socials dels productes.

- Malbaratament alimentari: Reducció d'aquest en un 50% d'aquí a 2030. La Comissió hauria hagut de proposar objectius vinculants al conjunt de la UE, d'aquí a 2023.
- Recerca i Innovació: Dedicar 10.000 milions € del programa Horizon Europe<sup>xvii</sup> als àmbits d'alimentació, bioeconomia, recursos naturals, agricultura, pesca, aqüicultura i medi ambient. Potenciar la transferència de coneixement a través d'instruments com els serveis d'assessorament de la PAC.

## ESTRATÈGIA DE BIODIVERSITAT

Dins del *Green Deal*, l'estratègia inclou mesures que impulsen pràctiques sostenibles en l'àmbit agroalimentari, conjuntament amb l'estratègia *De la Granja a la Taula*:

- Protecció de, com a mínim, el 30% de l'espai terrestre i el 30% de l'espai marítim europeus.
- La restauració d'ecosistemes degradats en l'àmbit terrestre i marítim a partir de:
  - Fomentar l'agricultura orgànica i aquells trets del paisatge que ajuden a fomentar la biodiversitat.
  - Aturar i revertir el descens del nombre de pol·linitzadors.
  - Restaurar com a mínim 25.000 kilòmetres de rius al seu estat natural.
  - Plantar 30.000 milions d'arbres d'aquí a 2030.
  - Dedicar 20.000 milions € a la biodiversitat a partir de fons comunitaris, fons nacionals i fons privats.

## NIVELL ESPANYOL

### PLA ESTRATÈGIC PER A LA PAC POST-2020

Després d'haver finalitzat una primera fase de diagnosi i anàlisi de necessitats, el Pla Estratègic es troba en la fase de disseny del pla estratègic d'intervenció. El Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació preveu presentar un borrador en abril de 2021 a la Comissió Europea, per a la seva aprovació a començament de 2022. El nou Pla hauria d'entrar en vigor en 2023. Les mesures que estan essent actualment debatudes entre ministeri i Comunitats Autònomes suggereixen, com al nivell europeu, un creixent interès cap a la difusió de pràctiques sostenibles al sector primari, i cap al manteniment de les explotacions petites i mitjanes. Aquest enfocament, altre cop, pot beneficiar aquelles iniciatives que busquin potenciar el desenvolupament de cadenes curtes, així com nous models de negoci basats en la valorització dels recursos naturals, incloent el turisme agrari.

Els documents disponibles a la web del ministeri suggereixen que les següents propostes estan essent debatudes entre el Ministeri i les conselleries autonòmiques:

- Incloure, entre els perceptors d'ajudes directes (*agricultors genuïns*), aquells pels quals els ingressos de l'explotació representin un 20-30% dels seus ingressos totals. Que els petits agricultors (6-10 ha) no estiguin obligats a ser agricultors genuïns per tal de rebre ajuts. Pagament mínim de 200-250€/ha fins a un màxim de 1.200-2.500€ per beneficiari.
- Mateixa renda per mateixes condicions productives (igual pagament per superfície, dins de cada regió) a assolir en 2025.
- Límit dels pagaments directes de 100.000 €: Descomptar el cost de la força de treball registrat per les explotacions i empreses afectades, tenint com a referència el cost salarial associat al salari mínim interprofessional. Pagaments redistributius per a les primeres hectàrees de cada explotació.
- Introduir eco-esquemes que donin suport a pràctiques sostenibles. L'import percebut per aquestes mesures hauria de ser acumulatiu, de tal manera que les explotacions que desenvolupin més d'una pràctica haurien de rebre imports per cada pràctica. S'inclou:
  - La pastura extensiva.
  - La implantació i manteniment de la cobertura vegetal viva en cultius.
  - La incorporació al sòl de restes de poda i cultius llenyosos.
  - Incentius a la posada en marxa de cultius rotatius.
  - El foment de plans de fertilització ajustats a les necessitats del cultiu.
  - El foment de l'aplicació de plans d'ús sostenible de productes fitosanitaris, ajustats a les necessitats del cultiu.
  - La implantació i conservació de marges, illes de vegetació i corredors multifuncionals.
  - La participació en programes individuals o col·lectius de valoració energètica de biomassa animal i vegetal.
- Es debat l'ús d'eco-esquemes (ajuts directes de la PAC) o compromisos climàtics i mediambientals (pilar II PAC) per incentivar l'agricultura ecològica.

El Ministeri ha presentat una proposta de prioritització de necessitats a les Comunitats Autònomes. Aquestes han de definir, pels seus respectius territoris, quines necessitats volen prioritzar. La proposta del Ministeri prioritza:

- Bloc econòmic: Renda dels agricultors; competitivitat i sostenibilitat; productivitat i sostenibilitat; foment de la I+D+i, la digitalització i l'assessorament; suport als sectors amb dificultats; suports a les agrupacions de productors; suport a la producció de qualitat diferenciada i ecològica.
- Bloc ambiental: Minimitzar emissions de gasos d'efecte hivernacle; augmentar la captura de carboni; reduir la vulnerabilitat vers els impactes del canvi climàtic;

assolir un bon estat de l'aigua; reduir la contaminació agrícola de l'aigua; reduir la contaminació derivada de l'amoníac; pal·liar o revertir la tendència al descens en el nombre d'aus estepàries i agràries; manteniment i recuperació de la biodiversitat natural; potenciar l'assignació de fons europeus a la xarxa Natura 2000; fomentar els sistemes de producció sostenibles.

- Bloc rural: Promoure el relleu generacional; incentivar la permanència i assentament de nova població en el medi rural; potenciar l'emprenedoria i l'atracció i retenció de talent innovador en zones rurals; desenvolupar els models de negoci relacionats amb la bioeconomia circular.
- Bloc consumidor: Reduir el malbaratament alimentari; potenciar el benestar animal i produccions sostenibles; reduir el consum d'antimicrobians en la producció animal.
- Bloc AKIS (sistema de coneixement i innovació agrària. No subjecte a la prioritització pel seu caràcter intersectorial): Impulsar la formació agrària; l'assessorament i la formació d'assessors, la digitalització, l'intercanvi entre actors del sistema AKIS, i la governança dels AKIS.

## NIVELL CATALÀ

### PLA ESTRATÈGIC D'ALIMENTACIÓ DE CATALUNYA 2021-2026

En una dinàmica similar a d'altres nivells de govern, el Pla Estratègic d'Alimentació de Catalunya (PEAC) 2021-2026 busca promoure el desenvolupament d'un sistema alimentari capaç de superar creativament dinàmiques contràries a la seva sostenibilitat futura. Aquest sistema alimentari, a la vegada que competitiu, ha d'estar arrelat al territori i s'ha de basar en les potencialitats d'aquest. Finalment, ha de garantir un accés equitatiu a aliments saludables i de confiança. El PEAC estableix, doncs, un marc polític favorable al desenvolupament de cadenes curtes, sostenibles ambiental i socialment, que vinculin a petits productors i estrats amplis de la població.

En concret, el PEAC planteja assolir un sistema alimentari basat en quatre dimensions:

1. Sostenible, transformador<sup>xviii</sup>, i basat en la bioeconomia circular.
2. Propi i arrelat al territori.
3. Just, equitatiu i cohesionat.
4. Saludable i de confiança.

Aquestes dimensions a la vegada contenen, de major a menor enfocament estratègic (i de menor a major operativitat) un conjunt d'objectius estratègics, línies estratègiques, iniciatives i actuacions. Per tal de donar una idea concisa del marc polític definit pel Pla, es mostra, per cada una de les dimensions, el conjunt d'objectius estratègics:

1. Sostenible, transformador, i basat en la bioeconomia circular.
  - 1.1. Garantir que el sistema alimentari català esdevé una eina de mitigació de l'emergència climàtica, aprofitant la seva capacitat d'embornal de gasos amb efecte d'hivernacle i preservant i restablint els recursos ecosistèmics dels quals depèn.
  - 1.2. Assolir un model alimentari dinàmic i generador de valor, basat en la bioeconomia circular, que garanteixi la sostenibilitat econòmica de tota la cadena alimentària.
  - 1.3. Orientar el sistema alimentari català cap a un grau més elevat d'autoproveïment.
2. Propi i arrelat al territori.
  - 2.1. Garantir la cohesió territorial i l'arrelament de la població a les zones rurals i marítimes de Catalunya.
  - 2.2. Reforçar l'autoestima alimentària de Catalunya.
3. Just, equitatiu i cohesionat.
  - 3.1. Impulsar un model alimentari socialment sostenible i accessible per a tothom.
  - 3.2. Garantir l'equilibri del sistema mitjançant una distribució de valor justa i equitativa entre tots els agents de la cadena alimentària.
  - 3.3. Impulsar la col·laboració i la cooperació entre els actors de la cadena de valor alimentària a Catalunya.
4. Saludable i de confiança.
  - 4.1. Assegurar que la població manté uns hàbits alimentaris saludables.
  - 4.2. Garantir un sistema alimentari segur, de qualitat i que generi confiança als consumidors i consumidores i als mercats.

## ESTRATÈGIA MARÍTIMA DE CATALUNYA 2030

En paral·lel, l'estratègia marítima de Catalunya (EMC) segueix un plantejament similar al del PEAC, en el sentit que es busca un desenvolupament sostenible de l'economia blava. En concret, la EMC persegueix fomentar una gestió coordinada de la costa, en la que els diferents actors que hi desenvolupen activitats econòmiques (pesca, aqüicultura, turisme, construcció naval, energies renovables...) es co-responsabilitzin, juntament amb administració, investigadors i societat civil, de la gestió sostenible de l'espai marítim, assegurant el manteniment del seu potencial econòmic en el futur. També es busca fomentar l'arrelament de l'economia blava en els territoris on aquesta es desenvolupa. Aquest plantejament és visible en els àmbits d'actuació i objectius estratègics de la EMC:

- Àmbit d'actuació 1: Desenvolupament sostenible, integrat i harmònic de l'economia blava respectuós envers al conjunt dels usos humans del mar.

- 1.1: Un sector marítim fort, modern i ben dimensionat, basat en el coneixement.
- 1.2: Un turisme marítim modern i sostenible.
- 1.3: Un sector pesquer competitiu compromès amb una gestió bioeconòmica.
- 1.4: Una aquicultura sostenible que aprofita plenament el potencial del país.
- 1.5: Un nou model de pesca recreativa respectuós envers al medi.
- 1.6: Unes activitats marítimorecreatives i esportives de baix impacte ambiental que dinamitzen l'economia.
- 1.7: Una activitat industrial sostenible de construcció i reparació de vaixells.
- 1.8: Desenvolupament de l'energia eòlica marina.
- 1.9: Desenvolupament del potencial del país en biotecnologia marina.
- Àmbit d'actuació 2: Ecosistemes marins resilents i plenament funcionals.
  - 2.1: Uns ecosistemes marins preservats, diversos i plenament funcionals que garanteixin la provisió de serveis a la societat.
  - 2.2: Una contribució significativa a la lluita contra el canvi climàtic en l'àmbit marítim, i una gestió efectiva dels seus impactes.
- Àmbit d'actuació 3: Millorar la qualitat de vida de la ciutadania.
  - 3.1: Una ciutadania propera al medi marí i a les activitats marítimes.
  - 3.2: Un fort arrelament de l'economia local i social en els sectors marítimes.
  - 3.3: Reconeixement social del paper de la dona en l'àmbit marítim i foment de la seva implicació en els sectors.
- Àmbit d'actuació 4: Un marc de governança innovador que doni impuls a l'estratègia i en garanteixi l'operativitat.
  - 4.1: Uns mecanismes participatius innovadors de gestió i cogestió plenament desenvolupats i consolidats.
  - 4.2: Un assessorament científic d'excel·lència per a la gestió.
  - 4.3: Ús de l'ordenació de l'espai marítim com a eina per assolir una política marítima integrada.

---

## NIVELL COMARCAL

El context del Garraf és, segons els Quaderns Blanc<sup>xix</sup> (2018) i Taronja<sup>xx</sup> (2019) de l'Economia del Garraf, el d'una comarca amb manca de cultura de cooperació intermunicipal. En els documents es suggereix, a la vegada, que una major cultura de col·laboració permetria aprofitar amb més força el potencial paisatgístic i cultural de la comarca<sup>xxi</sup>.

Tanmateix, en aquests dos quaderns les estratègies i projectes desenvolupats a nivell comarcal per NODE Garraf i, més recentment, pel Pacte per l'Ocupació del Garraf són vistos com a avenços en la construcció d'una tradició de col·laboració comarcal. En paral·lel, en els últims anys s'han posat en marxa diverses estratègies de col·laboració comarcal, a les que fem referència a continuació.

## PLA DE DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC I SOCIAL DEL GARRAF 2014-2020 (PDESG)

Gestionat pel Consell Comarcal del Garraf i NODE Garraf<sup>xxii</sup> i realitzat amb l'ajut de la UPC, algunes de les estratègies plantejades al pla apunten a la sostenibilitat, les cadenes curtes i el turisme com a factors que contribuiran al desenvolupament del sector primari. En concret, cal destacar les següents estratègies:

### Estratègies de paisatge

- Completar i estructurar el sistema d'espais oberts, inclosa la reserva marina.
- Constituir el parc agrari del Garraf.
- Impulsar els sectors agraris. Proposa actuacions com ara afavorir l'accés a nous sectors de la població, modernitzar explotacions, afegir valor a productes agraris.
- Implementar les cartes de paisatge com a base de la interacció entre cultura i territori.
- Millorar el metabolisme comarcal, de la dissipació a la circularitat. Fa referència al potencial de l'economia circular.
- Fomentar un turisme amb arrels. Fa referència a formes de turisme vinculades al sector primari, com ara el turisme cultural, l'enoturisme o el turisme gastronòmic.

### Estratègies de proximitat

- Limitar l'extensió urbana compactant els nuclis urbans més consolidats.
- Acordar un model comercial comarcal adaptat al model urbà i territorial. Fa referència a la defensa el comerç de proximitat.
- Fomentar el "km. 0". Inclou sector alimentari, però també d'altres.
- Augmentar el protagonisme del local per adaptar-se millor al global. Defensa dels models de desenvolupament endògens.

### Estratègies de connectivitat

- Fomentar el teixit social, cultural i econòmic de la comarca. Defensa dinàmiques de cooperació entre pimes tipus *clúster*.

## Estratègies competitivitat

- Governar les complementarietats, afirmar la singularitat. Parteix d'una perspectiva de governança multiescalar del desenvolupament, tot tenint en compte complementarietats intra/extra-comarcals.
- Estimular la participació ciutadana, públic-privada.
- Foment de les xarxes d'innovació.
- Formació a totes les edats.
- Impulsar la reindustrialització. Proposa fomentar l'economia verda.
- Renovar els sectors econòmics madurs.

### PLA ESTRATÈGIC D'ACTIVITAT ECONÒMICA DEL GARRAF (2020)

El pla, actualment en fase de recollida d'aportacions, forma part dels esforços del Consell Comarcal per a contrarestar els efectes de la Covid-19 en el teixit econòmic i social de la comarca. Entre els mesos d'octubre i desembre, s'han organitzat un conjunt de sessions participatives, per incloure la visió dels agents econòmics i socials de la comarca, incloent aquells que formen part del sector primari. NODE Garraf és l'agència encarregada dels treballs de redacció de pla. La previsió és tenir-lo enllestit en juny de 2021, i l'horitzó d'aplicació és el 2021-2025. Actuació derivada del Pacte per l'Ocupació al Garraf, que aplega administracions locals i agents socials i econòmics. A la primera sessió es considerà, entre d'altres potencials comarcals, el de l'economia blava; així com la venda de proximitat de productes de menjar i de l'horta.

### ESTRATÈGIA TURISME GURMET DEL GARRAF

L'objectiu d'aquesta estratègia, presentada per NODE Garraf en maig de 2019, és reforçar la marca del Garraf com a territori de productes d'alta qualitat. Dins de l'estratègia, s'han creat els segells *Garraf Gastronòmic*<sup>xxiii</sup>, en la que participen 19 establiments de restauració a la comarca; i el segell *Vins del Massís del Garraf*, en el que participen una quinzena de cellers<sup>xxiv</sup> (veure llistats complets d'establiments i cellers a la següent secció). L'estratègia, a banda de la generació de marca comarcal, inclou elements que contribueixen a la generació de cadenes curtes i a la promoció de productes de proximitat. En aquest sentit, aquells establiments que vulguin formar part del segell *Garraf Gastronòmic* hauran d'incloure a la seva carta plats de cuina tradicional de la zona, basats en productes locals. També hauran d'incloure vins del segell *Vins del Massís del Garraf*<sup>xxv</sup>. Les primeres activitats de promoció del segell vitivinícola es realitzaren el passat mes de novembre.

## PROJECTES ESPECÍFICS

A nivell de projectes, caldria fer esment de la iniciativa *Garraf: Camins, Patrimoni i Cultura*, que el Consell Comarcal i els municipis varen posar en marxa en maig de 2017 (finançat en un 50% pel fons FEDER). L'objectiu d'aquesta és integrar les infraestructures destinades a potenciar el patrimoni natural, cultural i històric dels municipis del Garraf. La comarca compta amb una xarxa de camins rurals, miradors, emplaçaments i edificis històrics que, actualment, no es troben prou connectats entre sí. El projecte pretén reforçar els vincles entre ells, al temps que oferta aquestes infraestructures de forma conjunta<sup>xxvi</sup>. Indirectament, el projecte podria servir per potenciar la vessant turística del sector primari, en tant que implica una potenciació dels atractius naturals, culturals i històrics de la comarca.

## NIVELL MUNICIPAL

### PLA D'ACTUACIÓ MUNICIPAL 2019-2023

A nivell de l'Ajuntament de Vilanova, el Pla d'Actuació municipal 2019-2023 conforma el marc d'actuació de les polítiques municipals. Els objectius de les àrees de Dinamització Econòmica i Territori Equilibrat plantegen un marc que incentiva el desenvolupament d'un sector primari vinculat al comerç local, la sostenibilitat, la innovació i la valorització dels recursos naturals locals. També permet contemplar sinèrgies amb altres sectors, com el turístic. Tot plegat suggereix que les línies d'actuació del Pla són, en bona mesura coherents amb les observades a d'altres nivells de govern. En concret, cal destacar els següents objectius:

- 3.1.1. Actualitzar el pla estratègic de l'activitat econòmica de Vilanova i la Geltrú i dissenyar una política econòmica global i transversal conjuntament amb els actors del territori.
- 3.1.5. Enfortir la relació amb la universitat (UPC) per consolidar un nou model de creixement econòmic de la ciutat, basat en al generació de coneixement, la formació, l'empresa, la innovació i la retenció de talent.
- 3.1.6. Desenvolupar el Pla d'Acció per l'Economia Social i Solidària (ESS) i reforçar-lo amb noves actuacions de la mà dels agents del territori per tal de potenciar aquest model d'economia complementària a la ciutat. El Pla inclou accions amb potencial per reforçar el consum de proximitat, com ara elaborar un mapa de consum responsable a la ciutat, manteniment dels espais d'horts urbans i socials, introducció de polítiques d'ESS als mercats municipals.
- 3.2.1. Potenciar la tasca de l'Institut Municipal d'Educació i Treball (IMET) en dispositius inclusius de transició al treball i de formació ocupacional, vetllant per

la incorporació de nous filons d'ocupació com el reciclatge, les energies renovables i el sector primari.

- 3.3.1. Implementar un projecte de recuperació d'activitat econòmica del sector primari local que contempli la participació i cooperació dels actors implicats en el territori, identificant les problemàtiques principals, eixos d'intervenció i pla d'accions a realitzar (l'objectiu que motiva el present estudi).
- 3.3.2. Elaborar un programa de dinamització i promoció dels mercats municipals que contempli accions innovadores de posada al dia dels equipaments i campanyes de sensibilització i posada en valor dels productors locals.
- 3.3.3. Realització d'accions de sensibilització i informació sobre el consum i la qualitat dels productes locals, especialment els ecològics i els provinents de la llotja vilanovina a través de l'etiquetatge i de distintius de qualitat.
- 3.3.4. Promoure la inclusió de productes ecològics i de proximitat als menjadors escolars i fomentar accions encaminades a minimitzar el malbaratament alimentari a la ciutat.
- 3.3.6. Redefinir el model de la Fira de Novembre amb els diferents actors implicats i donar un major protagonisme a les activitats econòmiques emergents, als potencials econòmics de la ciutat, a la diversificació i mostra de sectors i a l'Economia Social i Solidària.
- 3.4.1. Consolidar la marca turística de Vilanova i la Geltrú, reforçant la projecció estratègica de la ciutat, dissenyant nous materials promocionals i dinamitzant la ciutat en consonància amb els segells turístics.
- 5.1.1. Avançar en l'elaboració del nou Pla d'Ordenació Urbanística (POUM), incorporant criteris de gènere, equitat i diversitat funcional, adequant les previsions del sòl urbanitzable a les previsions demogràfiques, protegint i potenciant els espais naturals i agrícoles de la ciutat i garantint la disponibilitat de sòl industrial.
- 5.1.6. Protegir el sòl no urbanitzable.
- 5.1.8. Promoure la col·laboració activa amb tot els actors implicats per tal de millorar la gestió forestal així com la preservació, protecció i millora dels camins públics.
- 5.1.9. Millorar la protecció de l'espai natural de Platja Llarga, els hàbits litorials costaners i la fauna salvatge.
- 5.1.17. Impulsar i liderar, conjuntament amb la resta dels 9 municipis del Parc del Garraf, els tres Consells Comarcals i la Diputació de Barcelona, la seva declaració com a nou Parc Natural de Catalunya per part del Govern de la Generalitat de Catalunya, amb l'inici de l'expedient de declaració dins de l'any 2020.

## ALTRES ESTRATÈGIES LOCALS: RESTA DE L'ESTAT

Per a l'elaboració del marc polític s'ha tingut en compte, en un primer moment, el precedent marcat per tres iniciatives de suport al sector primari i la cadena de valor alimentària properes: Els Parcs Agraris del Baix Llobregat<sup>xxvii</sup> i Gallecs<sup>xxviii</sup>, el pla "Dènia & Marina Alta #TastingLife"<sup>xxix</sup>, promogut per l'Ajuntament de Dènia; i l'estratègia agroalimentària de Vitoria-Gasteiz<sup>xxx</sup>. Totes aquestes iniciatives busquen, com les polítiques desenvolupades a la resta de nivells de govern, preservar la producció existent i garantir el relleu generacional del sector. En concret, es plantegen objectius com ara:

- Afavorir l'entrada de nous agricultors amb accions formatives, i que facilitin l'accés d'aquests als espais de cultiu. Promoure l'emprenedoria rural.
- Garantir un ordenament de l'espai rural, que en preservi el seu ús agrícola.
- Fomentar la transformació i distribució de la producció ecològica.
- Donar suport al silvopastoralisme.
- Incentivar la transferència tecnològica entre universitats, centres de recerca i agricultors.
- Desenvolupar marques locals que apleguin al conjunt de productes de la zona. Aquests poden fer referència, també, a la producció ecològica.
- Promocionar el consum de productes locals, amb la compra pública en els diferents àmbits de l'administració pública (per exemple, en menjadors escolars).
- Augmentar la distribució de productes locals entre paradistes de mercat, petits comerços d'alimentació i supermercats.
- Disenyar activitats educatives dirigides a difondre el patrimoni gastronòmic local i els avantatges d'una dieta saludable entre la ciutadania, en particular entre els infants.
- Fomentar pràctiques sostenibles en les diferents baules de la cadena de valor: Producció, distribució, consum i gestió de residus. Reducció del malbaratament alimentari.
- Desenvolupar el turisme gastronòmic, basat en la cuina local.
- Promoure la recuperació del patrimoni rural de la zona, creació de vincles entre aquest i la cadena alimentària, amb, per exemple, el turisme rural.
- Incentivar la gestió conjunta del territori rural entre els actors que en fan ús, com ara el sector primari, el turisme, l'administració i la ciutadania.
- Garantir la coordinació dins de l'Ajuntament –entre estratègia alimentària municipal, i la resta del planejament municipal–; i entre l'estratègia municipal i polítiques supra-municipals.

## Baix Llobregat

El Pla de Gestió i Desenvolupament del Parc Agrari del Baix Llobregat en marca les línies estratègiques. Per tal de concretar-les, el Consell Plenari del Consorci del Parc Agrari ha anat aprovant plans d'actuació. El pla d'actuació més recent publicat a la web del Parc, corresponent al període 2010-2011, s'organitza al voltant de tres eixos; el territorial, dirigit a consolidar l'espai agrari; el professional, dedicat a fomentar el reconeixement, la formació i el relleu generacional de la pagesia; i el de producte, dedicat a fomentar cadenes curtes que ajudin a comercialitzar la producció de la pagesia. Cada un d'aquests eixos es concreta en un conjunt de programes, cada un dels quals inclou en seguit d'actuacions. En aquest document es presenta un breu resum dels programes, i els seus objectius.

### *Eix Territori*

- Parc camina: Mantenir i millorar la xarxa de camins, establir-ne una classificació en funció del seu ús prioritari i/o exclusiu.
- Parc aqua: Controlar la qualitat i gestió dels recursos disponibles i de les xarxes de distribució i drenatge, així com millora de seva eficàcia i eficiència.
- Parc eco: Promoure actuacions ambientals i de seguiment de la qualitat ambiental; contribuir en la conservació i millora dels recursos genètics; divulgar el concepte agroecosistema.
- Parc landscape: Millorar la gestió del paisatge del Parc Agrari, i la percepció que es té d'aquest.
- Parc endreçat: Millorar la gestió urbanística dels espais del parc, endreçant i recuperant espais malmesos per usos/no usos que no corresponen als objectius del Parc Agrari.

### *Eix Professió*

- Parc futur: Fomentar el relleu generacional de les explotacions agràries i la seva dinamització econòmica mitjançant la incorporació de joves; facilitar eines per a l'organització i cooperació dels joves.
- Parc acull: Aconseguir que les empreses agrícoles puguin disposar de treballadors temporers.
- Parc habitat: Fomentar la millora i conservació del patrimoni arquitectònic; possibilitar el subministrament d'aigua potable a les masies que ho desitgin.
- Parc segur: Impulsar l'eficiència i eficàcia de la seguretat rural; establir marcs de col·laboració estables amb les policies locals i els Mossos d'Esquadra; fomentar la salut i la seguretat laborals.
- Parc forma: Donar suport a activitats de formació continuada.
- Parc 24@: Impulsar la utilització de les tecnologies digitals a partir d'aplicacions específiques.

- Parc comunica: Impulsar la política de comunicació, divulgació i imatge del parc; tot gestionant-ne l'ús social ordenat i l'atenció als visitants.
- Parc participa: Impulsar el Consell Agrari com a òrgan de consulta i participació; establir vincles de cooperació amb institucions i entitats associatives, públiques o privades, que tinguin objectius comuns.
- Parc coopera: Fomentar la cooperació amb els ens consorciats, i altres actors territorials sectorials.

#### *Eix Producte*

- Parc innova: Fomentar la recerca i la innovació al sector agrari, amb la millora de la transferència tecnològica, l'establiment de convenis amb universitats i centres de recerca, i programes d'experimentació específica.
- Parc actiu: Fomentar l'esperit emprenedor del sector agrari i la promoció econòmica; suport a la cooperació i associacionisme empresarial en l'àmbit de la comercialització de les produccions agràries.
- Parc qualitat: Fomentar sistemes de producció respectuosos amb el medi, així com la recerca de valor afegit a les produccions agràries; impulsar la utilització de marques distintives de qualitat.

### **Gallecs**

El Parc Agrari de Gallecs es troba repartit entre sis municipis; d'aquests, Mollet del Vallès en gestiona la major extensió -448 de 774 ha., un 61% del total-<sup>xxxii</sup>. Donada la importància de Mollet del Vallès per al futur del parc, l'anàlisi se centra en les estratègies desenvolupades des del municipi. En els seus últims plans d'actuació municipal<sup>xxxiii</sup> (2013-2015, 2016-2019, 2019-2023), el govern municipal ha inclòs diverses mesures destinades a reforçar la producció pròpia dels agricultors de Gallecs, tot potenciant l'agricultura ecològica, i fomentant el consum de la producció pròpia del parc entre la població. Així mateix, també s'ha buscat promocionar l'atractiu paisatgístic i turístic del parc. És interessant observar, a més, la cerca de projectes europeus com a eina de promoció del potencial agroecològic del parc:

#### *Pla d'Actuació Municipal 2013-2015*

- Apostar pel turisme de natura a Gallecs.
- Treballar amb el Consorci de Gallecs i el sector de la restauració per tal de crear el producte "Berenars de natura".
- Treballar perquè des del Consorci de Gallecs s'enllesteixi la redacció del Pla especial i d'usos de Gallecs i s'impulsi el Consell de participació com a línia de treball que col·labori en la gestió sostenible de l'espai i el desenvolupament compatible de les activitats culturals i del lleure amb l'activitat agrària.

- Impulsar fires i actuacions al territori rural o vinculades amb els seus valors agrícoles, conjuntament amb el Consorci de Gallecs.

#### *Pla d'Actuació Municipal 2014-2019*

- Fomentar els valors educatius i de sostenibilitat dels productes de l'agricultura ecològica que es fan a Gallecs.
- Impulsar fires i actuacions al territori rural o vinculades amb els seus valors agrícoles, conjuntament amb el Consorci de Gallecs.
- Treballar per a la recuperació de productes alimentaris de varietats locals i tradicionals.
- Cercar projectes europeus relacions amb la protecció d'espais naturals i l'agricultura ecològica a Gallecs.
- Impulsar una cadena de distribució propera que reforci i potenciï l'economia del sector productiu de Gallecs.

#### *Pla d'Actuació Municipal 2019-2023*

- Fomentar l'ús responsable, lúdic i natural del Parc Natural de Gallecs.
- Cercar projectes europeus per implantar a la ciutat que estiguin relacionats amb la protecció d'espais naturals i l'agricultura ecològica a Gallecs.
- Impulsar fires i actuacions al territori rural o vinculades amb els seus valors agrícoles, conjuntament amb el Consorci de Gallecs.
- Fomentar un àmbit per l'alimentació ecològica i de proximitat, especialment al sector productiu de Gallecs (espai de tast, joves productors i emprenedors, ...).

## **Dènia**

L'estratègia alimentària de Dènia, "Dènia & Marina Alta #TastingLife", té el seu origen en la incorporació del municipi a la Xarxa de Ciutats Creatives de la UNESCO, a finals de 2015. Amb l'entrada de la ciutat a la xarxa, el govern municipal posà en marxa, dins del projecte "XARXA-Local Food Ecosystem", els treballs d'elaboració del pla, que finalitzaren en 2018. El pla busca recuperar i enfortir el sector primari, tot reforçant els vincles entre sector primari, consumidors i turisme. Aquests són els objectius prioritaris:

- Crear les condicions per augmentar la producció d'aliments frescos i de proximitat.
- Fomentar el coneixement i la demanda de productes de temporada, autòctons i saludables.
- Redescobrir tradicions gastronòmiques perdudes o en desús social.

El disseny del pla va partir d'un treball de camp, realitzat entre desembre de 2016 i abril de 2017, que consistí en tallers amb representants de la cadena alimentària local, de l'administració, d'entitats culturals, centres formatius i experts; així com en entrevistes tancades a comerciants, restauradors, tècnics de l'administració i experts. L'univers de l'estudi inclogué, a més de Dènia, el conjunt de municipis de la seva comarca, Marina Alta. Aquesta diagnosi va permetre conèixer la situació dels productors al municipi i la resta de la comarca, dels models de comercialització predominants, i del mapa formatiu del sector agroalimentari. També ajudà a estudiar la interacció entre demografia i territori; així com el paper de la gastronomia i hostaleria, el sistema educatiu, el turisme, l'ecosistema emprenedor, el patrimoni rural i agroalimentari, i la gastronomia.

A nivell estratègic, el pla planteja un conjunt d'objectius transversals. Aquests, a la vegada, es presenten de forma sectorial, per tal de facilitar-ne la lectura:

#### *Objectius estratègics transversals*

- Alinear les accions del pla amb els principis de la Xarxa de Ciutats Creatives de la UNESCO.
- Impulsar el projecte "XARXA-Local Food Ecosystem" a la Marina Alta en base a un model d'economia col·laborativa i d'acord amb les necessitats de cada sector implicat. Atraure talent i inversió.
- Creació d'un Clúster Agroalimentari a la Marina Alta. Facilitar la creació d'un entorn favorable a la innovació, el desenvolupament, la formació, la investigació, la transferència i el finançament d'un teixit empresarial relacionat amb els recursos alimentaris endògens del territori.
- Garantir la diferenciació, autenticitat, origen i qualitat dels productes locals cultivats, elaborats i comercialitzats al territori.
- Recuperar i promoure una gastronomia tradicional, creativa, innovadora i amb producte local.
- Promoure un model econòmic i turístic sostenible, respectuós amb l'entorn, arrelat en el territori, la tradició i la cultura, basat en els Objectius de Desenvolupament Sostenible de Nacions Unides.
- Col·laboració públic-privada per tal de dissenyar un futur sostenible a la comarca. Augmentar la governança i participació de la comunitat en la protecció i valorització del territori, amb instruments com ara la creació de consells agroalimentaris locals. Lideratge i col·laboració entre administracions per tal de desenvolupar objectius.
- Recuperar el paisatge agrícola i l'equilibri demogràfic de la Marina Alta, reconnectar la gent amb les arrels, l'origen dels aliments, la identitat.
- Disenyar i implementar els mecanismes necessaris per a la custòdia del patrimoni material i immaterial, dels coneixements tradicionals de la terra i del mar. Educar per tal de preservar i evolucionar.

- Promoure la inclusió social i perspectiva de gènere en les accions desenvolupades.

### *Objectius estratègics sectorials*

- Producció agroalimentària: Disenyar un mapa de productes on participen els productors i consumidors de tal manera que es pugui establir un marc de beneficis comuns.
- Comercialització agroalimentària: Promoure la comercialització de productes locals, tot potenciant la qualitat, autenticitat i la innovació.
- Formació agroalimentària: Dissenyar una formació agroalimentària dual, integral i integradora de la tradició i la innovació.
- Gestió responsable del territori: Planificar conjuntament per regular els usos sostenibles del territori i garantir la compatibilitat de totes les activitats.
- Innovació gastronòmica: Fomentar la investigació, creativitat i diferenciació des de la tradició gastronòmica.
- Educació i alimentació saludable: Fomentar valors transversals en totes les etapes i escenaris educatius per tal de transmetre el patrimoni gastronòmic local i els valors de l'alimentació saludable.
- Innovació agroturística i paisatge gastronòmic: Crear productes agroturístics, aprofitar els recursos actuals per desestacionalitzar i dissenyar estratègies conjuntes de destí.
- Emprenedors: Fomentar la cultura de cooperació i intercanvi, per créixer individualment. Cultivar un entorn creatiu per tal de generar un clúster agroalimentari de la Marina Alta.
- Arquitectura rural, tradició gastronòmica i cultural: Unificar criteris de catalogació en tots els àmbits patrimonials per fer una conservació activa i ordenada.
- Línies d'acció transversals: Promoure el sector agroalimentari com a eix comú per a l'establiment de polítiques integrals i coordinades dins del territori.

### **Vitoria-Gasteiz**

Els primers antecedents documentats de l'estratègia agroalimentària local es troben en la concessió al municipi del premi *European Green Capital 2012*, així com el desenvolupament, entre 2012 i 2014, d'un procés de reflexió sobre la sostenibilitat del sistema agroalimentari local per part d'entitats del municipi. Fruit d'aquest treball, aquestes entitats redactaren el manifest "Vitoria-Gasteiz per un sistema agroalimentari sostenible<sup>xxxiii</sup>". El manifest incloïa, entre les seves conclusions, la necessitat de realitzar un procés participatiu que involucrés al conjunt de la població en la definició d'accions dirigides a la implementació d'un sistema agroalimentari sostenible i compatible amb

les tradicions i característiques del territori. Aquest manifest tingué la seva resposta a nivell del ple municipal, que el març de 2014 acordà per unanimitat dotar-se d'un Pla Municipal d'Agroalimentació, en col·laboració amb la societat civil. Així doncs, es pot dir que les accions de la societat civil incentivaren el desenvolupament de l'estratègia local, si bé la concessió del premi *European Green Capital* suggereix que ja existia, a nivell de política municipal, un interès creixent cap al desenvolupament sostenible.

Els treballs de desenvolupament del pla passaren a mans del Centre d'Estudis Ambientals (CEA), organisme autònom municipal. En 2015, aquest organisme autònom publicà una diagnosi de les condicions de partida<sup>xxxiv</sup>, i coordinà la realització d'un procés participatiu entre febrer i juny de 2016<sup>xxxv</sup>. El procés participatiu tenia l'objectiu de validar la diagnosi prèvia realitzada l'any anterior, i definir els objectius estratègics i específics, així com les directrius d'actuació a escala local. A través de tallers participatius, l'Ajuntament definí el pla d'acció municipal de l'estratègia agroalimentària, per al període 2017-2025<sup>xxxvi</sup>. A continuació, es presenten les actuacions, agrupades en cinc línies estratègiques. Allà on s'escaigui, s'inclou informació explicativa sobre els objectius de l'actuació.

#### *Adecuació de la normativa urbanística al desenvolupament de pràctiques agroalimentàries sostenibles al municipi de Vitoria-Gasteiz*

- Incorporació de les directrius del Pla d'Acció Municipal 2017-2025 de l'Estratègia Agroalimentària al nou Pla General d'Ordenació Urbana.

#### *Desenvolupament de projectes demostratius i actuacions en clau sostenible que impulsen la implantació d'accions dins de la cadena agroalimentària*

- Banc municipal de terres. Actuació destinada a facilitar l'accés de nous productors/es agroecològics a terra pública i comunal rural i periurbana.
- Projecte demostratiu del Cerro de las Neveras. Actuació de caràcter agroramader en un entorn amb valor ecològic i de conservació. També es busca identificar una metodologia de desenvolupament d'iniciatives entre sector públic i privat.
- Projecte Basaldea. Actuació dirigida a generar ocupació en torn al sector de la producció i distribució de producte ecològic agrari alavés; fomentar canals de distribució i comercialització de productes ecològics, sinèrgies entre agents de la cadena de valor; definir una metodologia de treball del procés que faciliti la replicabilitat.
- Parc Agroecològic d'Abetxuko. Actuació dirigida a recuperar i enfortir l'activitat agrícola periurbana; potenciar les relacions entre producció i consum d'aliments; generar un espai de trobada social i sensibilització sobre el medi rural local.

- Aprofitament silvopastoral amb ramaderia porcina del mont d’Otazu. Actuació dirigida a analitzar els efectes de la pastura sobre l’ecosistema, així com en la producció i qualitat de races porcines.
- Estudi de les varietats agrícoles tradicionals al municipi de Vitoria-Gasteiz.
- Regeneració ambiental en l’entorn de Lermada. Projecte dirigit a compatibilitzar l’activitat agrícola del territori, la conservació de la identitat rural i la promoció econòmica.
- Potenciació de l’oferta de productes procedents de l’agricultura ecològica local a la Plaza de Abastos.
- Creació d’un Centre de Manipulació i Primera Transformació de Productes procedents de l’agricultura ecològica.
- Programa de Compostatge Comunitari en el medi rural municipal, amb un nou contracte de neteja i recollida de residus urbans als nuclis rurals.
- Millora de la recollida selectiva de matèria orgànica per a la producció de compost de qualitat.
- Programa per a la reducció dels excedents alimentaris en grans productors. Reducció del malbaratament alimentari.
- Programes de cooperació i educació per al desenvolupament de la temàtica de la sobirania alimentària i el comerç just.

#### *Impuls a la demanda de productes ecològics i de proximitat amb la contractació pública*

- Implementació de la “Instrucció per a la contractació socialment responsable i sostenible de l’Ajuntament de Vitoria-Gasteiz” en les compres i contractacions municipals.
- Adhesió al Programa sobre Compra Verda del Govern Basc.
- Foment de l’alimentació ecològica i de proximitat als menjadors de les escoles infantils municipals. Beneficis pel que fa al malbaratament alimentari (ajustament setmanal de menús i quantitats de producte comprades).

#### *Conscienciació i sensibilització ciutadana sobre els beneficis de la producció i el consum sostenible d’aliments*

- Inclusió, en els Programes d’Educació Ambiental, d’accions pedagògiques i de sensibilització que contribueixin al canvi cultural en les formes de produir, comprar, consumir i gestionar els residus.
- Accions pedagògiques i de sensibilització que contribueixin a un canvi cultural cap a formes d’alimentació més saludables.
- Punt de trobada sobre agroalimentació sostenible al municipi. Actuació dirigida a donar visibilitat a iniciatives en matèria d’agroalimentació sostenible al municipi; impulsar la coordinació entre Ajuntament i agents socials; generar una cultura alimentària en tota la cadena de valor agroalimentària.

### *Accions transversals que incideixen en vàries de les línies estratègiques anteriors*

- Identificació de bones pràctiques agroalimentàries i de foment d'una alimentació sana i sostenible en àmbits locals i/o regionals.
- Coordinació entre el Pla d'Acció Municipal 2017-2025 de l'estratègia agroalimentària i els diferents plans ambientals municipals.
- Elaboració d'un estudi agrològic i de qualitat dels sòls al municipi.
- Pla de monitorització del Pla d'Acció Municipal 2017-2025.

## ESTRATÈGIES LOCALS A LA UNIÓ EUROPEA

En una segona etapa, també s'han buscat referents en ciutats europees, fora del territori de l'Estat Espanyol. Amb l'objectiu d'assolir la màxima comparabilitat possible, s'ha buscat que aquestes ciutats es corresponguessin a ciutats costeres, o properes a la costa. Aquests referents són: Bordeus (França) Bristol (Regne Unit), i Ghent (Bèlgica). Certament, les estratègies desenvolupades per aquestes ciutats i les seves àrees metropolitanes tenen una escala territorial major, i abarquen més població que l'estratègia en disseny per part de l'Ajuntament de Vilanova. Tanmateix, comparteixen objectius comuns, que cal tenir en compte. Entre aquests, cal destacar:

- L'establiment, a nivell local, de consells de política alimentària. Aquests solen assumir funcions de disseny d'estratègies alimentàries locals, i d'assessorament a les autoritats locals en matèria de política alimentària.
- Donar suport al desenvolupament d'iniciatives agrícoles en el territori proper a la trama urbana, incloent espais per al cultiu en el planejament urbà.
- Fomentar cadenes curtes entre productors locals i població, amb el suport a la comercialització directa i la promoció del producte de proximitat.
- Desenvolupar mecanismes de governança en el sistema alimentari, que ajudin a coordinar productors, indústria, distribuïdors, administració i ciutadania.
- Reduir el malbaratament alimentari, tot facilitant la reutilització i valorització d'excedents.
- Facilitar l'accés del conjunt de la població a aliments sans i propers, tot millorant els hàbits alimentaris d'aquells estrats de la població amb més problemes per mantenir una dieta sana, per exemple amb accions educatives.
- Enfortir l'ocupació amb la cadena alimentària local.

### **Bordeus**

Els antecedents de l'estratègia de Bordeus estan relacionats amb la posada en marxa per llei de projectes d'alimentació territorial liderats per l'administració pública, on els

actors vinculats a la cadena alimentària busquen solucions sostenibles a problemes locals. A Bordeus, el projecte d'alimentació territorial portà a realitzar diversos tallers, on s'apuntà que calia crear nous mecanismes de governança per a l'alimentació sostenible. Aquesta necessitat es traduí en la constitució en 2017, per part del Consell Metropolità de Bordeus, d'un Consell Assessor d'Alimentació Sostenible (CCGAD, en francès)<sup>xxxvii</sup>. En 2018, el consell posà en marxa un pla d'actuació per al període 2018-2021, que gira al voltant de quatre eixos prioritari: i) Permetre que tothom pugui exercir la seva elecció a una dieta sana i sostenible; ii) lluitar contra el malbaratament alimentari; iii) reforçar la capacitat agrícola del territori; iv) Relocalitzar sectors i incentivar el desenvolupament de cadenes curtes locals. Aquests eixos, a la vegada, es tradueixen en quatre missions, i un total de 25 actuacions<sup>xxxviii</sup>.

- Federar els actors i animar la cooperació: Creació de xarxes d'actors al territori, amb l'objectiu de facilitar el desenvolupament d'aliances i promoure una visió sistèmica i concertada de l'alimentació, basada en la co-responsabilitat dels actors del territori.
  - Incentivar la col·laboració entre els membres del CCGAD
  - Desenvolupar un enfocament transversal vers l'alimentació en les polítiques públiques
  - Promoure una estratègia per reubicar les compres d'hostaleria col·lectiva pública a la metròpoli
  - Vincular les professions mèdiques i medico-socials a una perspectiva alimentària i sanitària
  - Identificar i agrupar llocs, així com equipaments de sensibilització sobre el canvi de pràctiques alimentàries
  - Desenvolupar la solidaritat entre territoris
- Sensibilitzar, valorar, donar a conèixer: Promoure la sensibilització i mobilització de diferents col·lectius (ciutadans, actors locals i funcionaris electes) en la implementació d'un sistema alimentari sostenible; tot fent un seguiment actiu de les iniciatives existents i emergents.
  - Mutualitzar, produir i difondre materials de comunicació per promoure l'alimentació sostenible
  - Crear i animar un lloc web dedicat a l'alimentació sostenible
  - Fomentar un mapeig de les iniciatives d'alimentació sostenible
  - Invertir en esdeveniments per conscienciar sobre l'alimentació sostenible
  - Organitzar conferències i debats que travessin la mirada d'actors de camp i institucions de recerca
  - Desenvolupar tallers dirigits al gran públic sobre l'alimentació sostenible
  - Educar als més joves sobre els beneficis de l'alimentació sostenible, amb tallers dins de les escoles
  - Donar suport a les estructures professionals per reduir el malbaratament alimentari

- Donar suport a iniciatives i experiments locals: Donar suport a iniciatives alimentàries sostenibles ja en funcionament. Desenvolupar, conjuntament amb actors locals, noves solucions originals, econòmicament, socialment i ambientalment viables.
  - Recolzar les innovacions locals dirigides a reduir el malbaratament alimentari, tot afavorint l'accés de tota la població a una alimentació saludable i sostenible
  - Experimentar amb un projecte d'alimentació social a escala de la ciutat de Bordeus
  - Donar suport a la transformació local
  - Recolzar el desenvolupament de mètodes de màrqueting de circuit curt i de proximitat
  - Donar suport a les organitzacions d'ajuda alimentària a canvi de pràctiques més sostenibles
  - Donar suport al desenvolupament d'esquemes logístics de subministrament sostenible
  - Fomentar el desenvolupament d'iniciatives agrícoles urbanes a la metròpoli
- Fer un seguiment i avaluar el rendiment del territori: Caracteritzar, comprendre i anticipar canvis en el sistema alimentari; avaluar impactes a mig i llarg termini de les actuacions del CCGAD.
  - Crear i difondre un document que expliqui l'estratègia alimentària de la metròpoli i altres actors públics
  - Realitzar un estudi per tal de quantificar i qualificar el pes econòmic de la restauració col·lectiva pública
  - Definir i posar en marxa d'un estudi sobre el malbaratament alimentari
  - Redactar un informe anual de l'activitat del CCGAD

## Bristol

En el cas de Bristol, la seva estratègia alimentària emergeix de dinàmiques de cooperació entre la societat civil i l'ajuntament. Als anys 90 la posada en marxa de projectes de suport a l'alimentació local per part de l'Ajuntament coincidí amb activitats a nivell associatiu dirigides al mateix objectiu. En 2009, la Xarxa Alimentària de Bristol -xarxa d'organitzacions alimentàries presents a la ciutat i el seu territori proper- elaborà la "Estratègia d'alimentació sostenible per Bristol i l'est d'Anglaterra", document que va anar seguit, l'any 2010, d'una "Carta Alimentària" redactada per representants de l'Ajuntament de Bristol. Aquests moviments paral·lels portaren a un interès creixent, en diferents departaments de l'Ajuntament, pel repte de l'alimentació local. En 2011, el govern municipal s'implicà en la redacció de l'informe "Qui alimenta Bristol? Cap a un pla d'alimentació resilient"<sup>xxxix</sup>, i en l'establiment del Consell de Política Alimentària de

Bristol. Aquest consell compta amb representants de la cadena alimentària local, la societat civil, i l'ajuntament<sup>xi</sup>; i té per objectiu propiciar la introducció de temes d'alimentació sostenible a l'agenda de les administracions públiques i del sector privat, tot recolzant-se en la capacitat d'influència dels seus membres<sup>xli</sup>. En particular, el Consell fou responsable de la posada en marxa i seguiment del "Pla d'Alimentació de Qualitat de Bristol", en 2013, i de la seva continuació durant el període 2015-2018<sup>xlii</sup>. El pla, en aquesta última versió, s'organitza sota tres objectius estratègics, que agrupen 10 temes clau.

- Promoure l'alimentació saludable i una societat civil forta.
  - Incrementar l'accés de la població a l'alimentació saludable
  - Promoure l'accés de la població a alimentació saludable, assequible i sostenible. Promoure oportunitats d'aprenentatge en el cultiu i la cuina
- Promoure una economia alimentària pròspera.
  - Liderar l'ús de comerços d'alimentació locals, tot mantenint la vitalitat dels carrers principals
  - Promoure formes de comerç amb lideratge comunitari, com ara cooperatives, grups de consumidors, agricultura comunitària i botigues temporals
  - Mantenir i reforçar els vincles de la ciutat amb els mercats majoristes, escorxadors i granges locals, especialitzades en la producció de llet o no
  - Ajudar a obrir oportunitats de mercat per aliments produïts per productors locals, regionals i de comerç just
  - Transformar la compra pública i el càtering privat
- Pendre cura del món natural.
  - Promoure l'ús, en el planejament territorial, de terra de qualitat a dins i al voltant de Bristol per a la producció d'aliments, en equilibri amb el medi ambient
  - Incrementar el volum de fruita i hortalises cultivades a Bristol (agricultura urbana) que es subministra a restaurants, cafès, mercats i llars de la ciutat
  - Minimitzar el malbaratament alimentari, amb el foment del compostatge i la redistribució d'aliments de qualitat excedentaris

## Ghent

L'estratègia alimentària de la ciutat, iniciada en 2013, té com a precedents accions dutes a terme, l'any 2009, per part del govern municipal i associacions locals. Aquell any, l'ajuntament de Ghent s'incorporà al Pacte d'Alcaldes, un acord dirigit a fomentar polítiques municipals de mitigació del canvi climàtic. Així mateix, el govern municipal decidí recolzar una iniciativa associativa local, amb la que es promou que cada dijous

administració pública, empreses, associacions i ciutadania substitueixin el consum de carn i peix per aliments vegetarians<sup>xliii</sup>.

Amb aquests antecedents, l'ajuntament ha buscat posicionar la ciutat belga com un referent en l'àmbit de les polítiques d'alimentació local sostenible, tot tenint en compte altres experiències internacionals<sup>xliiv</sup>. Seguint els precedents de Bristol i Toronto, Ghent establí un Consell de Política Alimentària format per representants de la cadena alimentària (producció i comerç), la societat civil, centres de recerca i universitats, i l'administració. El Consell actua com un òrgan d'avaluació de la política alimentària de la ciutat, emetent recomanacions dirigides a projectes nous o existents, proposant noves idees, i promovent la visió de la ciutat sobre la producció i consum sostenible d'aliments. Així mateix, un equip de treball del Consell s'encarregà de refinar entre 2015 i 2016 els objectius globals de l'estratègia, anomenada "Gent en Garde", traduint-los en objectius operacionals. L'estratègia conté, doncs, els següents objectius estratègics i operacionals:

- Una cadena alimentària més curta, i visible: Reduir intermediaris entre productors i consumidors, facilitant una relació més directa entre les parts.
  - Publicitar l'oferta dels productors locals en comerços i mercats, així com en mitjans de comunicació
  - Promoure l'accés de la ciutadania a productes locals, per exemple en canals de distribució habituals (supermercats, comerços, mercats), i en l'oferta de restaurants i empreses de càtering
  - Facilitar l'accés dels productors a la terra, amb diversos mecanismes, com ara: Plataformes *on line* que posin en contacte oferta i demanda de terra, facilitar la cessió d'espais públics i privats per al cultiu; promoure amb el planejament urbà les àrees de cultiu
  - Donar suport a la creació d'horts urbans, en jardins privats i comunitaris
- Més sostenibilitat en la producció i consum d'aliments: Garantir una producció i consum d'aliments més sostenible, de major qualitat, honesta i sana, tot tenint en compte el benestar animal.
  - Fomentar l'ús de pràctiques sostenibles -com ara l'agricultura orgànica-, per part de productors i les empreses de transformació
  - Encoratjar, amb estratègies de comunicació organitzades en col·laboració amb diferents organitzacions, la compra d'aliments sostenibles
  - Estimular, amb polítiques de compra pública municipal, la compra de productes i serveis sostenibles entre organitzacions i negocis
  - Promoure la introducció d'aliments sostenibles -productes orgànics, de comerç just, vegetarians- als esdeveniments

- Crear més valor afegit social en les iniciatives d'alimentació: Garantir l'accés d'aliments sostenibles al conjunt de la població, promoure l'ocupació i cohesió socials.
  - Enfortir vincles entre les actuacions del pla, i la feina desenvolupada per la societat civil
  - Promoure l'accés de la població a una producció local assequible, sostenible i saludable
  - Facilitar la generació i difusió de coneixement sobre el funcionament dels sistemes alimentaris locals, i els seus vincles amb el sistema alimentari global
  - Promoure la cohesió social i la integració, amb iniciatives lligades a l'alimentació sostenible
  - Fomentar el desenvolupament de llocs de treball lligats al sector social, per exemple en botigues i restaurants, o en el processament i distribució d'excedents alimentaris
- Reducció del malbaratament alimentari, amb la recerca de nous mercats i alternatives de processament per als excedents alimentaris.
  - Establir, en col·laboració amb actors de la cadena alimentària com ara productors, distribuïdors o establiments de restauració sistemes per a la reducció del malbaratament alimentari
  - Incentivar la recuperació, emmagatzematge i redistribució d'excedents alimentaris a la població necessitada
  - Desenvolupar actuacions educatives per a la població, sobre com emmagatzemar i processar aliments
- Facilitar la reutilització òptima dels residus alimentaris com a matèria prima.
  - Promoure el desenvolupament de nous models de negoci dirigits a la reutilització dels residus alimentaris; determinar i mostrar a nivells de govern supra-local en quins casos la regulació posa obstacles a l'establiment d'aquests models de negoci
  - Augmentar la recuperació de residus orgànics de la fracció de resta; experimentar amb la valorització de residus en l'àmbit de la restauració
  - Recuperar els residus localment, amb un cicle de residus tancat
  - Incentivar la utilització de residus alimentaris per a la producció d'aliments d'alta qualitat

## ESTRATÈGIES CONTRA EL MALBARATAMENT ALIMENTARI

A nivell internacional, s'han promogut diverses iniciatives per reduir el volum d'excedents alimentaris que no són aprofitats. Aquestes actuacions busquen, en ordre de preferència, fomentar la reducció d'excedents al llarg de la cadena de valor,

redistribuir els excedents entre la població necessitada, redistribuir-los com a pinso alimentari, derivar-los al compostatge i a la seva reutilització en biocombustible. En aquest apartat, es fa un recull de les iniciatives, tot reflexionant sobre la seva aplicabilitat a Vilanova i la Geltrú.

## REFRESH

Dins d'aquest projecte H2020, CREDA-UPC-IRTA ha liderat la posada en marxa d'acords no vinculants amb representants de l'administració pública, la societat civil i la cadena de valor alimentària, en el marc de la plataforma pilot del projecte a Espanya<sup>xlv</sup>. Amb aquest acord no vinculant, els signants es comprometen a treballar activament per tal de reduir el malbaratament al comerç i el consum en un 50%, de cara a 2030. El pes d'aquests agents dins dels seus àmbits dona visibilitat a les actuacions, i ajuda a que d'altres actors de la cadena de valor es comprometin, en el futur, a actuar contra el malbaratament alimentari. Les actuacions impliquen:

- Millorar el coneixement de l'estat actual del malbaratament alimentari, així com de les seves causes.
- Conscienciar la població sobre els efectes negatius del malbaratament alimentari, i sobre com aquest es pot reduir.
- Promoure iniciatives innovadores per tal de reduir i prevenir el malbaratament alimentari, sobretot en els punts crítics de la cadena de valor.
- A Vilanova, l'Ajuntament podria replicar a menor escala aquesta iniciativa, partint d'agents identificats a nivell local. El seu lideratge a nivell local podria ajudar a atraure altres actors, a llarg termini.

També en el marc de REFRESH, s'han detectat iniciatives específiques que han ajudat a reduir el malbarament alimentari en diversos àmbits, arreu d'Europa<sup>xlvi</sup>. En aquest apartat es referència a aquelles que podria ser promogudes amb més facilitat, per part de l'Ajuntament:

- A Holanda, experiments sobre l'ús de sistemes per facilitar la recollida de restes de menjar en restaurants suggereixen que els clients són més propensos a emportar-se cap a casa les restes de l'àpat, si aquests han de sol·licitar expressament que no les volen. Per contra, és menys probable que ho facin, si han de sol·licitar expressament al restaurant que les hi envasi. Segons l'estudi, les troballes tenen a veure amb normes i expectatives de la població, sobre quin és el comportament adequat en un restaurant.
- A Vilanova, l'Ajuntament podria promoure iniciatives on els restaurants del municipi ofereixin per defecte les restes del menjar envasades. El govern municipal podria provar de difondre aquesta iniciativa, en primer lloc, entre

restaurants que ja participin en segells de qualitat, vinculats a la gastronomia local. D'aquesta manera, s'aconseguiria lligar la promoció de la gastronomia local, amb pràctiques sostenibles a la vegada que útils pel que fa a la responsabilitat social corporativa dels establiments. A més a més, el context és cada cop més favorable a aquest tipus d'iniciatives, en tant que el passat mes de març s'aprovà al Parlament català la llei de prevenció de les pèrdues i el malbaratament alimentaris<sup>xlvii</sup>; per llei, els restaurants estan obligats a facilitar al consumidor que es pugui endur, sense cap cost addicional, els aliments que no hagi consumit, informant d'aquesta possibilitat de manera clara i visible a l'establiment.

- Incentivar en l'organització d'esdeveniments sistemes d'anàlisi sistemàtic de punts calents, pel que fa a la generació de restes d'àpats. L'evidència, a Espanya i Hongria, suggereix que aquests sistemes ajuden a que els organitzadors d'esdeveniments redueixin de forma apreciable el pes dels punts calents.
- A mesura que els esdeveniments es reprenguin en el període post-pandèmia, l'Ajuntament podria incentivar la incorporació de pràctiques sostenibles amb convenis amb les empreses organitzadores d'esdeveniments.
- Establir cadenes de valor per a productes adequats per al consum, però que no compleixin amb l'atractiu estètic demanat pel mercat. L'evidència, a Espanya i Alemanya, suggereix que aquestes cadenes de valor "alternatives" poden ajudar a reduir el risc que aquests productes no s'aprofitin.
- A Vilanova, el projecte de transformació de productes de la pesca endegat per la confraria (veure secció de caracterització del sector primari) pot ajudar a valoritzar productes de la pesca no prou atractius, estèticament. Mesures, a nivell municipal, per facilitar la recollida i transformació d'aquests productes, en els àmbits de la fruita i les hortalisses, serien un pas endavant. A l'hora d'endegar aquestes mesures, es podria buscar la col·laboració d'agents clau locals com ara els paradistes dels mercats, l'associació de pagesos agroecològics, i l'associació Espigalls del Garraf. També hi podrien ajudar convenis amb organitzacions que ja comercialitzen aquest tipus de productes, com ara l'entitat espigoladors<sup>xlviii</sup>.

### **Escoles contra el malbaratament alimentari**

Es tracta d'un altre projecte liderat pel CREDA, que busca donar suport a les escoles, en el seu esforç per reduir excedents en el seu consum d'aliments<sup>xlix</sup>. Amb aquest objectiu, s'aporta a les escoles eines per incentivar canvis en el comportament dels alumnes. Aquestes eines s'han plasmat en infogrames de fàcil comunicació, i consisteixen, principalment, en canvis organitzatius en l'àmbit del menjador escolar, com ara:

- Col·locar plafons informatius al menjador, per tal d'avisar amb antelació als alumnes del menú del dia. D'aquesta manera, s'evita que l'efecte sorpresa porti a un rebuig de l'àpat, per part dels alumnes.
- Un "semàfor de la gana", que permeti als estudiants informar sobre quanta ganta tenen, abans que els serveixin el plat.
- Instruccions sobre com tallar correctament la fruita.
- Comptadors de plats plens i buits. Aquests permeten a alumnes i treballadors reflexionar sobre el menjar malbaratat, i avaluar el progrés de l'escola.

### Pesa i Pensa

El projecte té per objectiu el foment de la introducció de pràctiques que ajudin a reduir el malbaratament alimentari, dins de les escoles<sup>1</sup>. Els centres participants en aquest projecte compten amb contenidors on els alumnes distribueixen les restes dels dinars en diferents fraccions (envasos, inmenjable, menjable, aigua). Aquests projectes ajuden a conscienciar els alumnes, a la vegada que la recollida de dades permet al servei de menjador recalcular les seves necessitats de menjar, d'acord amb la demanda de l'alumnat. També es facilita el reaprofitament d'excedents alimentaris.

- A Vilanova, l'Ajuntament podria incentivar la incorporació de les escoles al projecte, amb l'ajut de convenis.

### IDEES COMUNES: SOSTENIBILITAT, SUPORT A PIMES, CADENES CURTES, VINCLES AMB PAISATGE I TURISME

A diferents nivells de govern, existeix un clar alineament de les polítiques públiques cap al foment de pràctiques sostenibles en el sector primari i el conjunt de la cadena agroalimentària. Així mateix, aquests diferents nivells de govern comparteixen una clara preocupació per la pervivència del sector primari (en particular de les seves Pimes), tot fomentant models de negoci basats en cadenes curtes, que puguin donar un major rèdit als productors. En concret, és possible identificar les següents idees força, partint de les estratègies analitzades:

- L'establiment, a nivell local, de consells de política alimentària. Aquests solen assumir funcions de disseny d'estratègies alimentàries locals, i d'assessorament a les autoritats locals en matèria de política alimentària.
- Foment de la contribució del sector primari a la lluita contra el canvi climàtic, amb la introducció de pràctiques d'agricultura sostenible, i de suport a l'agricultura ecològica.
- Suport a la pervivència i relleu generacional en l'àmbit agrícola i pesquer, sobretot de les pimes.

- Incentiu de la innovació, amb nous models de negoci basats en la valorització dels recursos naturals. Foment del vincle entre activitats agroalimentàries, preservació del paisatge i turisme.
- Desenvolupament de les cadenes curtes, millora de la posició dels productors en la cadena de valor.
- Estímul, entre la població, del consum de productes ecològics, sans i de proximitat.
- Reducció del malbaratament alimentari.
- Suport al manteniment de les comunitats rurals i marítimes.

Aquest conjunt d'idees força serviran de referència per a la propera secció de la diagnosi. En aquesta secció, s'analitzarà l'estat del sector primari i la cadena de valor agroalimentària a Vilanova i la Geltrú. Durant aquest exercici, es tindran en compte els objectius marcats per les estratègies desenvolupades als nivells de govern municipal, comarcal, espanyol i europeu.

## CARACTERITZACIÓ DEL SECTOR PRIMARI A VILANOVA I LA GELTRÚ: PRINCIPALS INDICADORS I PROBLEMÀTICA ACTUAL

### INTRODUCCIÓ

Com es va destacar a la secció anterior, les polítiques públiques desenvolupades a múltiples nivells de govern busquen incentivar el manteniment futur del sector primari i les comunitats rurals, amb pràctiques que potenciïn la innovació sostenible i el desenvolupament de cadenes curtes. Tenint en compte aquest marc polític, la present secció analitzarà la situació del sector primari i la cadena alimentària a Vilanova i la Geltrú, buscant conèixer l'estat de salut de les seves branques productives (agricultura i pesca, incloent activitats transformadores), de distribució, i d'hostaleria. També es tindran en compte les actuacions promocionals liderades per l'Ajuntament, o amb participació d'aquest.

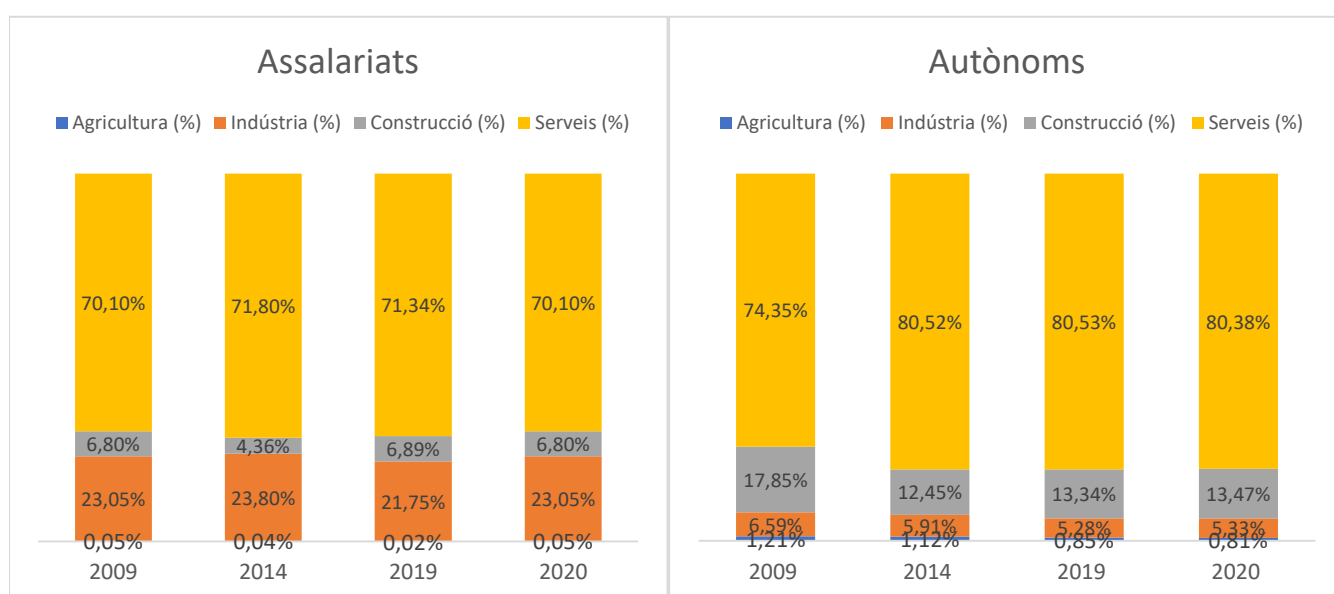
A l'analitzar aquestes branques, s'estudiarà la capacitat del sector per a desenvolupar cadenes curtes, que aportin un major rendiment del treball als productors, i un major accés de la població a aliments propers i de qualitat. A l'anàlisi, també s'explorarà la situació de l'agricultura ecològica, així com les pràctiques d'innovació desenvolupades en diferents branques del sector, tot parant atenció a actuacions com el desenvolupament de nous productes i models de negoci. Per tal de realitzar aquesta anàlisi, s'han emprat fonts de dades estadístiques i documentals, així com entrevistes qualitatives (veure secció de metodologia, amunt).

La secció s'estructura per cada un dels sub-sectors o branques d'activitat inclosos en la diagnosi. L'anàlisi comença amb una revisió de l'evolució recent del sector primari i la cadena de valor alimentària. Després, s'analitza l'estat de i) l'agricultura i les indústries relacionades amb aquesta, ii) la pesca i l'aqüicultura, iii) els canals de distribució i la restauració, iv) les activitats de promoció de productes locals. Per cada una de les branques d'activitat, es presenta la informació quantitativa i documental sobre els actors clau, seguida de les troballes de les entrevistes. Un apartat posterior analitza i organitza amb un enfocament de cadena de valor les mesures proposades durant les entrevistes. La secció conclou amb un recull de les principals troballes de l'anàlisi, que s'estructuren seguint una metodologia DAFO.

## OCUPACIÓ I VALOR AFEGIT BRUT DE LA CADENA DE VALOR ALIMENTÀRIA: EFECTES DE LA CRISI DEL 2009, CAPACITAT PER CREAR LLOCS DE TREBALL

Abans de començar amb una anàlisi específica de cada una de les branques d'activitat del sector primari i la cadena de valor alimentària, aquest apartat revisa les tendències recents en l'ocupació i el seu valor afegit brut. Pel que fa a l'ocupació, les dades (gràfic 1) apunten a un paper residual del sector primari, entès com la producció d'aliments prèvia a la seva transformació. Reflectint potser la preeminència de petites explotacions sense assalariats, els autònoms representen la gran majoria del sector (6 de 39 persones en juny de 2020). Tanmateix, el percentatge de persones afiliades al règim d'autònoms ha caigut del 1,21% al 0,81% entre els mesos de juny de 2009 i 2020 (de 49 a 33 persones).

**Gràfic 1: Persones assalariades afiliades a la Seguretat Social per grans sectors econòmics, a Vilanova i la Geltrú (mesos de juny entre 2009 i 2020)**



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Observatori del treball i model productiu de la Generalitat de Catalunya. Inspirat en informe *El sector primari a Vilanova i la Geltrú*, Ajuntament de Vilanova i la Geltrú. Regidoria de Promoció Econòmica, Projecció de Ciutat i Patrimoni Cultural (cedit per l'Ajuntament)

L'evolució del VAB del sector primari ha estat més favorable, tot i que amb altibaixos puntuals al llarg de la sèrie històrica. També s'observa una evolució similar pel que fa a les altres branques d'activitat relacionades amb la cadena de valor alimentària, amb increments especialment pronunciats entre 2016 i 2018 en els sectors de la indústria i la hostaleria (taula 2). Cal tenir en compte, però, que els sectors del comerç i la indústria inclouen activitats no directament lligades a la cadena de valor alimentària.

**Taula 2. VAB sectors vinculats a la cadena de valor alimentària, Vilanova (milions de €, base 2010)**

	Sector primari	Indústria: Alimentació, tèxtil, fusta, arts gràfiques, química i cautxú	Comerç	Hostaleria
2011-2018	5,38%	19,19%	4,65%	31,88%
2018	15,3	48,2	209,5	92,5
2017	13,7	35,4	215,9	84,8
2016	15,2	36,1	197,9	78,1
2015	12,4	34,7	181,3	72,2
2014	14,4	31,8	176,5	61,9
2013	12,7	30,5	187,7	56,5
2012	13	24,8	193,4	61,4
2011	13	29,7	206,3	64,3

Font: Idescat

A la taula 3, les dades comarcals proporcionades per la Federació Empresarial del Gran Penedès (FEGP) apunten a un estancament o caiguda del VAB a bona part de la cadena de valor alimentària, amb l'excepció de l'hostaleria. D'altra banda, aquestes branques d'activitat han creat ocupació; essent l'hostaleria la que ha experimentat una evolució més positiva. Tot i que no ha estat possible obtenir dades a nivell municipal pel mateix període fora del sector primari, és possible esperar que Vilanova i la Geltrú hagi experimentat una dinàmica similar.

**Taula 3. VAB i ocupació dels sectors relacionats amb la cadena de valor alimentària, Garraf**

Índex FEGP	Anys dades	VAB milions € (base 2010)				Anys dades	Llocs de treball localitzats			
		Sector primari	Indústria: Aliments, begudes i tabac	Comerç	Hostaleria		Sector primari	Indústria: Aliments, begudes i tabac	Comerç	Hostaleria
	2014-2018	-1,33%	-24,32%	-1,43%	31,81%	2016-2019	3,17%	6,65%	4,22%	13,42%
2020	2018	14,8	22,1	372,5	366,7	2019	521	529	7187	6321
2019	2017	13,4	25,3	366,3	344,8	2018	500	456	7346	6137
2018	2016	14,1	29,4	374,3	296,2	2017	502	426	7136	5821
2017	2014	15,0	29,2	377,9	278,2	2016	505	496	6896	5573

Font: Índex FEGP de Competitivitat de les Comarques Catalanes

## AGRICULTURA I RAMADERIA

### DESCENS EN EL NOMBRE D'EXPLOTACIONS, AUGMENT DE LA SUPERFÍCIE CONREADA

Partint de les dades del cens agrari a Vilanova i la Geltrú, és possible percebre a la taula 4 una disminució general en el nombre total d'explotacions agrícoles i ramaderes. Només trenquen aquesta tendència aquelles explotacions que combinen cultiu i

ramaderia, amb un lleu ascens del 5%. Aquesta tendència també és visible en el nombre d'hectàrees que les explotacions ocupen, en tant que la superfície total de les explotacions amb terres i ramaderia augmentà en un 28%; creixement només superat pel de la superfície agrícola utilitzada en les explotacions amb terres. Les dades del cens agrari apunten, doncs, a un creixement de les explotacions amb terres i ramaderia (en particular pel que fa a la superfície que aquestes ocupen); així com a un major aprofitament de les parcel·les dedicades al cultiu.

**Taula 4. Nombre d'explotacions i hectàrees que aquestes ocupen (Vilanova)**

Nombre explotacions							
	Total explotacions	Explotacions sense terres	Explotacions amb terres	Explotacions amb terres i ramaderia	Explotacions amb terres i sense ramaderia	Explotacions amb terres (superfície agrícola utilitzada)	Explotacions amb terres (altres terres)
1999-2009	-5,48%		-13,70%	5,26%	-20,37%	-17,14%	-25,00%
2009	69	6	63	20	43	58	30
1999	73	0	73	19	54	70	40
Superfície explotacions, ha.							
1999-2009			-2,70%	27,85%	-9,24%	33,11%	-37,66%
2009			900	202	697	607	293
1999			925	158	768	456	470

Font: Idescat (Cens Agrari)

Pel que fa al Garraf (taula 5) s'observa un descens més pronunciat en el nombre total d'explotacions que a Vilanova. A més a més, el nombre d'explotacions amb terres i ramaderia caigué en un 8%, lluny d'experimentar el creixement de la capital comarcal. Seguint una tendència similar, la superfície ocupada per les explotacions amb terres i ramaderia i per la superfície agrícola utilitzada de les explotacions amb terres experimentà un creixement més lleu que el de la capital comarcal. Les dades del cens agrari apunten, doncs, a un descens més accelerat de la importància del sector primari al conjunt de la comarca, en comparació a Vilanova. D'altra banda, també indiquen un pes creixent de la ramaderia en les explotacions agràries; així com un major aprofitament del terreny de cultiu existent.

**Taula 5. Nombre d'explotacions i hectàrees que aquestes ocupen (Garraf)**

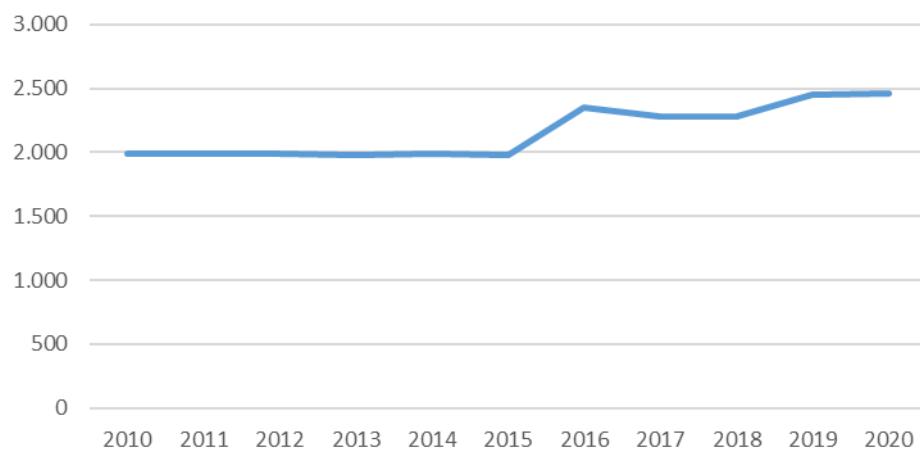
Nombre explotacions							
	Total explotacions	Explotacions sense terres	Explotacions amb terres	Explotacions amb terres i ramaderia	Explotacions amb terres i sense ramaderia	Explotacions amb terres (superfície agrícola utilitzada)	Explotacions amb terres (altres terres)
1999-2009	-8,67%	350,00%	-12,37%	-8,33%	-13,29%	-14,21%	-17,48%
2009	179	9	170	33	137	163	85
1999	196	2	194	36	158	190	103
Superfície explotacions, ha.							
1999-2009			-19,42%	5,01%	-21,64%	20,99%	-47,45%
2009			3.693	398	3.295	2.271	1.422
1999			4.583	379	4.205	1.877	2.706

Font: Idescat (Cens Agrari)

Les dades del cadastre aporten una aproximació a l'evolució més recent de les activitats agrícoles a Vilanova i la Geltrú, compensant en part la falta de disponibilitat d'edicions

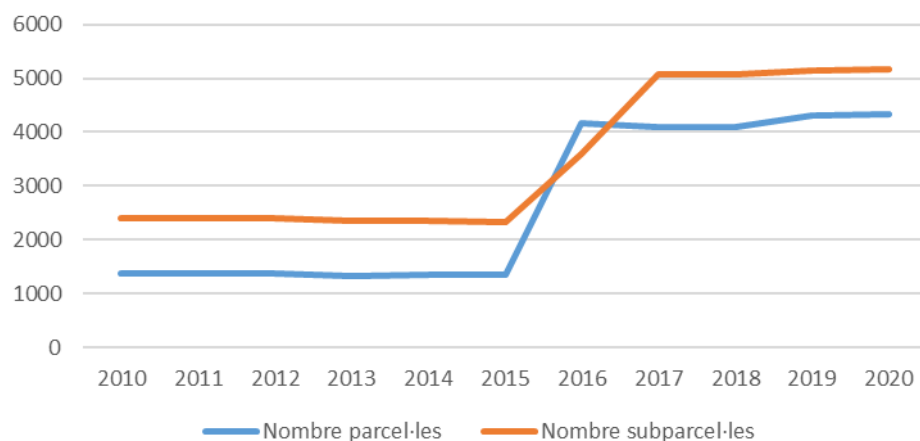
més recents del cens agrari. Als gràfics 2 i 3 s'observa, doncs, un augment de la superfície rústica municipal. En particular, els gràfics indiquen un creixement del nombre de parcel·les i subparcel·les rústiques, així com de la superfície que aquestes ocupen, a partir de 2014. En particular, s'observa un increment més ràpid entre 2014 i 2015, i més lent en els anys posteriors. Cal tenir en compte, però, que les parcel·les rústiques poden incloure terrenys no dedicats a l'agricultura.

**Gràfic 2: Superfície rústica municipal, en hectàrees**



Font: Dades del cadastre, Ministeri d'Hisenda

**Gràfic 3: Evolució en el nombre de parcel·les rústiques**



Font: Dades del cadastre, Ministeri d'Hisenda

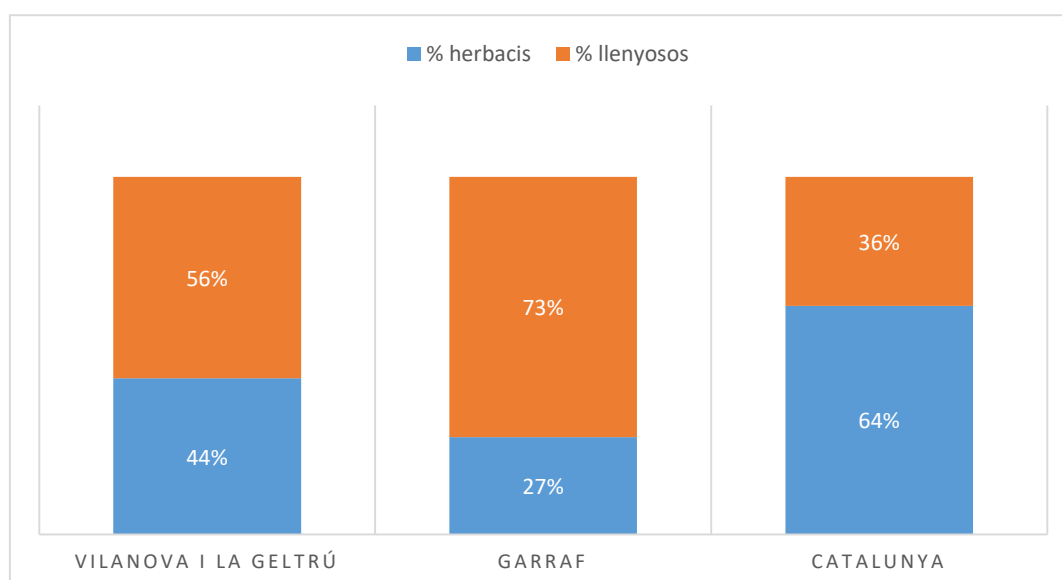
## TIPUS D'EXPLOTACIONS: PREEMINÈNCIA DELS CULTIUS LLENYOSOS I DELS ÈQUIDS. PÈRDUA DE PES DE L'AGRICULTURA ECOLÒGICA

Les dades del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació (DARP) també aporten informació recent sobre la situació de les explotacions agrícoles ramaderes, corresponent a l'any 2019. S'observa tant a Vilanova i la Geltrú com al Garraf una clara dominància dels cultius llenyosos, sobretot a nivell comarcal (gràfic 4). El cultiu llenyós que ocupa més superfície a nivell municipal i comarcal és el de la vinya. Entre els conreus herbacis, els que ocupen més superfície a nivell municipal i comarcal són, per aquest ordre, l'ordi i el blat tou.

En l'àmbit de la ramaderia, Vilanova i la Geltrú concentra bona part de l'activitat comarcal, amb un 44% de les explotacions ramaderes i un 40% de les unitats ramaderes. Dins de les explotacions ramaderes del municipi, les més habituals són les d'èquids (56), i gallines i pollastres (15).

Finalment, pel que fa a la producció ecològica, s'observa un descens de la superfície dedicada a Vilanova, durant el període disponible a la base de dades del Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (2017-2019). S'aprecia una caiguda en el nombre d'hectàrees, de 5,97 ha. en 2017 a 1,89, dos anys després. Les dades del CCPAE apunten, doncs, a la necessitat de polítiques que incentivin el desenvolupament de l'agricultura ecològica.

**Gràfic 4: Distribució de la superfície conreada, conreus herbacis i llenyosos (2019)**



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DARP. Inspirat en informe *El sector primari a Vilanova i la Geltrú*, Ajuntament de Vilanova i la Geltrú. Regidoria de Promoció Econòmica, Projecció de Ciutat i Patrimoni Cultural (cedit per l'Ajuntament)

## CONCENTRACIÓ DE LES EXPLOTACIONS, ENVELLIMENT DE LA PAGESIA

Les dades del Cens Agrari mostren un creixement d'aquelles explotacions de major grandària, tant a Vilanova com al Garraf (taula 6); i un descens en la resta d'explotacions, essent aquesta caiguda especialment pronunciada en el cas d'aquelles amb menys d'una hectàrea SAU. L'ascens en el nombre d'explotacions de 20 o més hectàrees sembla ser més pronunciat en el cas de la capital comarcal, si bé el baix nombre d'aquestes explotacions al municipi comporta augments percentuals més pronunciats. Les dades suggereixen, doncs, una tendència cap a la concentració de les explotacions.

**Taula 6. Dimensió de les explotacions segons la superfície agrícola utilitzada (SAU)**

	Total amb SAU	Menys d'1 ha.	D'1 a menys de 5 ha.	De 5 a menys de 20 ha.	De 20 o més ha.
<b>Vilanova</b>					
1999-2009	-17,14%	-46,67%	-17,65%	-14,29%	42,86%
2009	58	8	28	12	10
1999	70	15	34	14	7
<b>Garraf</b>					
1999-2009	-14,21%	-54,55%	-11,90%	-18,33%	25,00%
2009	163	10	74	49	30
1999	190	22	84	60	24
<b>Font: Idescat (Cens Agrari)</b>					

Seguint la tònica anterior, a la taula 7 s'aprecia una tendència cap a la concentració de les explotacions en el cas de Vilanova i la Geltrú; amb un augment del 50% d'aquelles explotacions que ocupen una força de treball equivalent a 2 unitats treball any, i un notable descens d'aquelles explotacions que ocupen menys de l'equivalent a una UTA. Cal tenir en compte, però, que en 1999 hi havia menys de 10 explotacions amb 2 UTA o més, a la capital del Garraf. A més a més, al conjunt de la comarca no s'aprecia la mateixa tendència, amb un descens del nombre d'explotacions amb 0,5 UTA o més.

**Taula 7. Distribució de les explotacions segons el nombre d'unitats treball any (UTA)**

	Total	Menys de 0,5 UTA.	De 0'5 a menys d'1 UTA.	D'1 a menys de 2 UTA.	De 2 a UTA i més.
<b>Vilanova</b>					
1999-2009	-5,48%	-18,75%	0,00%	-8,70%	50,00%
2009	69	26	10	21	12
1999	73	32	10	23	8
<b>Garraf</b>					
1999-2009	-8,67%	0,00%	-31,25%	-1,79%	-18,75%
2009	179	76	22	55	26
1999	196	76	32	56	32
<b>Font: Idescat (Cens Agrari)</b>					

En paral·lel, les dades del Cens Agrari mostren un descens en el nombre de caps d'explotació, essent aquest més intens en el cas del Garraf (taula 8). Aquesta tendència

és, a més, similar a l'observada pel conjunt d'explotacions (taula 4). Tanmateix, la taula també apunta a un creixement en el nivell de formació agrària dels caps d'explotació partint, això sí, d'una situació en la que la formació d'aquests era, fonamentalment, de tipus pràctic. Aquest és especialment visible en el cas de *altra formació agrària o cursos*, que en 2009 representaven el tipus més habitual de formació agrària formal. Per contra, la formació exclusivament pràctica ha perdut pes ràpidament. Al conjunt del Garraf s'observa, a més, un ràpid creixement en el nombre de caps de formació amb estudis professionals (partint, això sí, de nivells molt baixos).

**Taula 8. Nombre de caps d'explotació, distribució per formació agrària**

	Total	Exclusivament pràctica	Estudis professionals	Estudis universitaris	Altra formació agrària o cursos
<b>Vilanova</b>					
1999-2009	-5,48%	-22,54%	0,00%		
2009	69	55	2	1	11
1999	73	71	2	0	0
<b>Garraf</b>					
1999-2009	-24,06%	-24,06%	150,00%	0,00%	
2009	179	142	10	5	22
1999	196	187	4	5	0
<b>Font: Idescat (Cens Agrari)</b>					

A més a més, les dades de la taula 9 (edat del cap d'explotació) apunten a un envelliment dels caps d'explotació, en tant que les franges d'edat més joves decauen a un ritme més ràpid que les del conjunt de caps, tant a Vilanova com al total del Garraf. Per contra, el nombre de caps amb una edat superior als 64 anys va créixer, en particular a Vilanova. L'única excepció a aquest patró és la dels caps d'explotació amb una edat compresa entre els 55 i 64 anys, en tant que el seu nombre també va decaure a Vilanova.

**Taula 9. Nombre de caps d'explotació, distribució per edats**

	Total	Fins a 34 anys	De 35 a 44 anys	De 45 a 54 anys	De 55 a 64 anys	De 65 anys o més
<b>Vilanova</b>						
1999-2009	-5,48%	-33,33%	-33,33%	0,00%	-33,33%	78,57%
2009	69	4	8	14	18	25
1999	73	6	12	14	27	14
<b>Garraf</b>						
1999-2009	-8,67%	-46,67%	7,41%	-30,91%	0,00%	11,36%
2009	179	8	29	38	55	49
1999	196	15	27	55	55	44
<b>Font: Idescat (Cens Agrari)</b>						

De les estadístiques del Cens Agrari es desprèn, doncs, a un patró d'envelliment en la pagesia, i de concentració de les explotacions. Informes precedents, a més, indiquen que l'individualisme, habitual en l'àmbit agrari, és encara més present en el cas del Garraf<sup>ii</sup>. Al mateix temps, la cerca de fonts d'ingressos addicionals amb la utilització de recursos o productes de l'explotació sol ser una opció residual, tant a Vilanova i la Geltrú

com al conjunt del Garraf (taula 10). No obstant, al conjunt de la comarca s'observa un increment pel que fa al nombre d'explotacions que utilitzen els seus recursos en serveis turístics, i en la transformació de productes agraris. Per bé que el nombre absolut d'explotacions és encara limitat i no es pot parlar d'una tendència clara, aquests canvis suggereixen una possible diversificació de les activitats realitzades a les explotacions del Garraf. En el futur, les explotacions de Vilanova i la Geltrú també podrien optar per diversificar les seves fonts d'ingressos, oferint serveis complementaris.

**Taula 10. Nombre d'explotacions amb activitats complementàries en les quals s'utilitzen els recursos o productes de l'explotació**

	Turisme, allotjament i altres activitats recreatives	Artesania	Transformació de productes agraris	Transformació de fusta	Producció d'energia renovable	Altres
<b>Vilanova</b>						
2009	1	0	0	0	0	0
1999	0	0	0	0	0	0
<b>Garraf</b>						
2009	6	0	4	0	0	1
1999	2	0	1	0	0	0
<b>Font: Idescat (Cens Agrari)</b>						

## ESTAT DE LES SÍNIES DE VILANOVA I LA GELTRÚ

Les sínies, en les dues accepcions del terme referides en aquest estudi -màquina per fer pujar aigua del subsol a l'exterior; explotació familiar dedicada a l'agricultura i la ramaderia- han estat un element habitual del paisatge agrícola de Vilanova i la Geltrú. Abans de la industrialització de la vila, aquests minifundins contribuïen a estructurar l'espai agrari, i conformaven una part important de l'activitat agroalimentària del municipi, comptant amb el seu propi gremi<sup>lii</sup>. Tot i el creixement de l'espai urbà, però, el municipi encara compta amb algunes d'aquestes construccions. En concret, un inventari realitzat per la Diputació de Barcelona entre 2009 i 2010 mostra una xifra de 23 sínies<sup>liii</sup>, a les que cal sumar-ne una (sínia Pujades)<sup>liv</sup>, no comptabilitzada. Segons l'inventari de la Diputació de Barcelona, 14 d'aquestes sínies encara es troben en funcionament; i 11 sínies han estat derivades principalment a usos d'habitatge (taules 11 i 12, mapa en gràfic 5). Tant si mantenen la seva funció agrària com si no, les sínies difereixen substancialment pel que fa a la seva antiguitat, i el seu estat de conservació.

Taula 11. Sínies en actiu

Nom	Altres noms	Data construcció	Estat de conservació	Protecció existent	Context
Pallissa d'en Gassó	Sínia del forn del Gassó / Mas o masia Bertran / Sínia Artigas / Cal Pebrer	Documentada des de 1739	Dolent	Cap	Eixample Nord
Sínia Alsina	Ns	Ns	Ns	Pla Especial i Catàleg del Patrimoni Históricoartístic i Natural de Vilanova i la Geltrú de 1987	Eixample Nord
Sínia Bertran	Can Baio	Principis s. XX	Bo	Cap	Finca ubicada entre el carrer Camí de la Masia Cabanyes i el torrent d'en Frederic, per sobre de la sínia Soler
Sínia Caçador	Ns	s. XV-XVIII	Bo	Cap. La sínia està afectada pel Pla Parcial de Sant Jordi 2	Situada al sector de Sant Jordi, voltada de camps de conreu
Sínia Can Sans	Ns	Ns	Ns	Cap	Eixample Nord
Sínia Diabló/Can Diable	Sínia Batadet o Trilles	Documentada des del 1725	Bo	Cap	Sant Jordi
Sínia Gabriel Cendra	Sínia de l'Oliva	Documentada des del 1867	Regular	Cap	Sant Jordi
Sínia Josep Cendra	Sínia de l'Oliva	Documentada des del 1867	Bo	Cap	Sant Jordi
Sínia Martí	Ns	Ns	Bo	Cap	Finca formada per un conjunt d'edificis voltats de camps i limitats per vials i el torrent d'en Frederic
Sínia Martínez	Ns	1933	Bo	Cap	Al costat de les pistes Esportives i de la ronda d'Europa i el torrent de la Piera
Sínia Pujades/Pujadas	No inclosa a l'inventari Diputació Barcelona	No inclosa a l'inventari Diputació Barcelona	No inclosa a l'inventari Diputació Barcelona	No inclosa a l'inventari Diputació Barcelona	No inclosa a l'inventari Diputació Barcelona
Sínia Sant Gervasi	Ns	Documentada des de 1932	Ns	Cap	L'Ortoll
Sínia Soler	Can Dori	Documentada el 1937	Degradat	Cap	Finca formada per un conjunt d'edificis voltats de camps i limitats per vials i el torrent d'en Frederic

Font: Diputació de Barcelona, web del Mercat del Centre

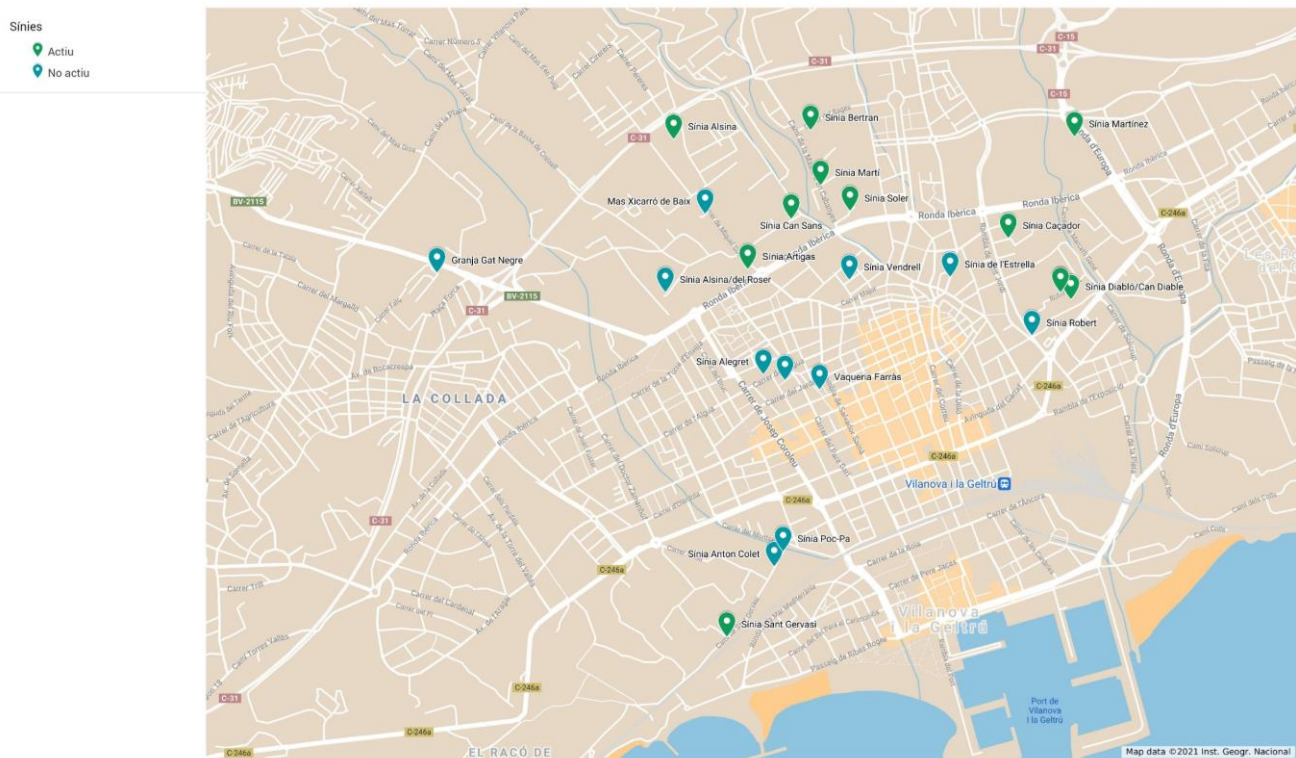
Tenint en compte la informació disponible, el nombre de sínies actualment en funcionament permet pensar en polítiques de promoció de la producció local; però també, complementàriament, en actuacions per donar a conèixer la història agroalimentària de Vilanova i la Geltrú, tant a la població local com a potencials visitants. Les sínies dedicades a usos no agraris també podrien formar part d'aquestes actuacions -per exemple en rutes turístiques-. En tot cas, és possible que aquests espais necessitin actuacions que en garanteixin la seva preservació, tenint en compte l'estat de manteniment d'alguns d'ells, i la falta de protecció jurídica de la majoria.

**Taula 12. Sínies dedicades a usos no agraris**

Nom	Altres noms	Data construcció	Ús actual	Estat de conservació	Protecció existent	Context
Granja Gat Negre	Sínia del Rossell, Cal Gat Negre	Inicis s.XIX	Habitatge particular	Correcte	Cap	Al peu de la carretera BV-2115 de Vilanova a L'Arboç
La Sínia de l'Indiano	Horta de Joan Jacas / Sínia Andrà / Sínia Maurici	Primer quart s.XIX	Habitatge particular	Ns	Pla Especial i Catàleg del Patrimoni Historicartístic i Natural de Vilanova i la Geltrú de 1987	Eixample Gumà. Davant de la plaça de Catalunya
Mas Xicarró de Baix	Sínia Aparici / Xalet Xicarró	Dècada de 1890. Arquitectura modernista historicista	Habitatge familiar	Bo	Pla Especial i Catàleg del Patrimoni Historicartístic i Natural de Vilanova i la Geltrú de 1987	Plana del Xicarró - Torrent de la Pastera
Sínia Alegret	Ns	Dècada de 1920	Ns	Cap	Sant Joan	C. de l'Aigua , 124 - 126 - 128
Sínia Alsina	Sínia del Roser	1928	Sense utilització coneguda	Regular	Pla Especial i Catàleg del Patrimoni Historicartístic i Natural de Vilanova i la Geltrú de 1987	A ponent del camí dels Escalons, prop de l'aparcament de la Ronda Ibèrica, al costat de la Percala i de la casa Panxo Ferrer
Sínia Anton Colet	Ns	Ns	Habitatge	Degradat	Cap	A l'inici del Camí Fondo de Sant Gervasi i el torrent de Sant Joan
Sínia de l'Estrella	Ns	1898; reformes dècada 1910	Centre de salut integral, naturisme i tècniques corporals	Bo	Cap	Entre el Casc Antic de la Geltrú i la rambla Sant Jordi
Sínia Poc-Pa	Sínia Recasens	A mitjan s. XIX (documentat)	Habitatges	Degradat	Cap	A l'inici del Camí del fondo de Sant Gervasi i el torrent de Sant Joan
Sínia Robert	Sínia Sidós / la Taverneta	Finals s. XIX	Habitatge	Bo	Cap	Situat al zona denominada Sant Jordi
Sínia Vendrell	Can Rosich	Ns	Habitatge	Dolent	Cap	En ple casc urbà de la ciutat, dins del sector del Nucli Antic de Vilanova, enmig d'una illa de cases
Vaqueria Farràs	Sínia Cardús / Granja Villanovesa	Probablement, inicis del segle XX	Habitatge i horta d'ús agrari	Bo	Cap	En sòl urbà cantonada carrer Pare Garí i carrer dels Esbarjos i al costat de la plaça de Cal Ganeta

Font: Diputació de Barcelona

### Gràfic 5: Mapa de sínies de Vilanova i la Geltrú



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la Diputació de Barcelona.

## ACTIVITAT TRANSFORMADORA: PES DE LA INDÚSTRIA VITIVINÍCOLA, IMPORTÀNCIA MENOR DE L'OLI

Algunes fonts d'informació documental permeten obtenir una idea de l'activitat transformadora en la cadena de valor alimentària. Aquesta tendeix a ser escassa, més enllà de la indústria vitivinícola<sup>lv</sup>. La comarca compta amb 11 cellers que participen a la campanya de promoció *Garraf Turisme*<sup>lvi</sup>, desenvolupada per l'agència de desenvolupament comarcal NODE Garraf. Cal tenir en compte, però, que tres d'aquests cellers tenen la seva direcció a municipis de l'Alt Penedès fronterers amb el Garraf.

Amb un objectiu també promocional, però més enfocat en la identitat pròpia dels vins comarcals, NODE Garraf presentà el passat mes de maig el segell *Vins del Massís del Garraf*. Catorze cellers participen en la iniciativa<sup>lvii</sup>, dels quals la meitat d'aquests es troben en comarques veïnes. La taula 13 mostra els cellers, en funció de les iniciatives en les que participen, i del municipi on es troben. Cal tenir en compte, a més, l'escàs pes dels cellers de Vilanova i el Garraf a la DO Penedès, factor indicatiu de falta de muscle en la indústria vitivinícola<sup>lviii</sup>.

**Taula 13. Cellers participants en iniciatives de promoció comarcals**

Nom	Membre de Garraf Turisme	Membre de Vins Massís Garraf	Membre de la DO Penedès	Municipi
<b>Cellers dins del Garraf</b>				
Cava Grau Dòria	Sí			Canyelles
Masia de la Roqua		Sí		Olivella
Clos Lentiscus		Sí		Sant Pere de Ribes
Puig Batet	Sí	Sí	Sí	Sant Pere de Ribes
Torre del Veguer	Sí	Sí	Sí	Sant Pere de Ribes
Vega de Ribes	Sí	Sí		Sant Pere de Ribes
Hospital Sant Joan Baptista	Sí	Sí		Sitges
Bodega Jaume Serra	Sí		Sí	Vilanova i la Geltrú
Set Pams		Sí		Vilanova i la Geltrú
Torrents Carbó	Sí			Vilanova i la Geltrú
<b>Cellers fora del Garraf</b>				
Can Ràfols dels Caus	Sí	Sí	Sí	Avinyonet del Penedès
Vins de Foresta		Sí		Avinyonet del Penedès
Caves Montau de Sadurní		Sí	Sí	Begues
Valldolina		Sí	Sí	Begues
Finca Valldosera	Sí	Sí		Olèrdola
Finca Viladellops	Sí	Sí	Sí	Olèrdola
Avenc del Garraf	Sí			Olesa de Bonesvalls
Clos dels Guarans		Sí		Santa Margarida i els Monjos
Font: Webs de Massís del Garraf, Garraf Turisme				

El denominador comú dels cellers a *Vins del Massís del Garraf* és que tenen vinyes pròpies a les zones de la Marina i/o Massís del Garraf<sup>lix</sup>. Per les seves característiques, el segell pot ser una eina que ajudi a reforçar els lligams dins de la cadena de valor alimentària local; d'una banda, busca construir una imatge de marca pròpia per vins elaborats a la comarca del Garraf o, si més no, en municipis propers. De l'altra, el segell forma part de l'Estratègia de Turisme Gourmet, que té com a objectiu reforçar la imatge del Garraf com una comarca de turisme gastronòmic.

Pel que fa a les cooperatives, cal destacar el Celler de Viticultors, membre del grup cooperatiu CEVIPE<sup>lx</sup>. El Celler compta amb un centenar de socis, el 90% dels quals són pagesos (tot i que només una desena de socis viuen directament de la vinya). En 2020, la seva producció superà els 1,5 milions de quilos de raïm (xifra menor als 1,8 milions de 2019, pel míldiu). Els canals de comercialització de la cooperativa inclouen una agrobotiga pròpia; a més de la marca Castell d'Or. El Celler de Viticultors i altres cooperatives del grup CEVIPE crearen aquesta marca en 2006, la producció de la qual ha crescut de 1,5 a 8 milions d'ampolles<sup>lxi</sup>. Cal tenir en compte que el Celler de Viticultors no participa en les iniciatives de promoció engegades a nivell comarcal (*Garraf Turisme, Vins del Massís del Garraf*); això suggereix que aquest tipus d'estratègies no s'ajustarien a les accions de marketing iniciades des de la cooperativa.

Com a membre de la cooperativa de segon grau CEOLPE, el Celler de Viticultors també compta amb producció oleícola pròpia (CEOLPE, amb seu a Llorenç del Penedès, s'encarrega de l'elaboració i envasat de l'oli). La producció comarcal és, principalment, de la varietat arbequina, amb una part menor de tipus menya i tortosina. Tanmateix, el pes de la producció oleícola del Celler és relativament reduït. En 2009, el celler collí 150.000 quilos d'oliva i 2,75 milions de quilos de raïm. Aquell mateix any, tot el grup CEOLPE collí 3 milions de quilos d'oliva. A més a més, bona part de les oliveres del Celler es troben al municipi de Cubelles<sup>lxii</sup>. Les dades apunten, per tant, al pes relativament menor de la producció oleícola dins l'activitat transformadora a nivell comarcal.

#### ENTREVISTES: REPTES DE FUTUR, OPORTUNITATS DE COL·LABORACIÓ AMB L'AJUNTAMENT

L'anàlisi quantitativa apunta a una davallada en el nombre d'explotacions, així com un envelliment progressiu de la pagesia. En paral·lel, s'observa una tendència creixent cap a la concentració de les explotacions, amb un creixement d'aquelles de major grandària, sigui en extensió o en unitats de treball any. En aquest sentit, les entrevistes suggereixen una sèrie de factors que dificulten la pervivència del sector, i el seu relleu generacional a llarg termini:

- Poc atractiu econòmic de l'agricultura: Ingressos obtinguts de la venda del producte estables o decreixents.
  - Intermediaris pressionen preus a la baixa.
  - Llargs horaris de treball.
- Expansió de la superfície urbanitzable, falta de protecció de la superfície rústica.
  - Risc que el desenvolupament urbanístic de l'Eixample Nord acabi absorbint terrenys de cultiu.
- Incentius econòmics a la conversió dels espais rurals en zona urbanitzable, o en petites parcel·les d'horts urbans.
  - Dificultat per a l'entrada de nous pagesos, més enllà d'aquells que rebin la terra en herència.
- Concentració de la propietat rural en unes poques mans; oferta de terrenys lliures escassa, dispersa i cara.
  - Dificultat per a l'entrada de nous pagesos, més enllà d'aquells que rebin la terra en herència.
- Barreres de capital, derivades de les inversions necessàries per posar una explotació en marxa.
- Mal estat d'infraestructures necessàries per a l'activitat agrària: Canals pantà de Foix, camins d'accés a les explotacions.

*El camió que ara ha vingut has vist quin camió era, el que vam comprar perquè el necessitàvem. Només podem sortir per un [cami], no podem sortir enlloc més. Si ara em dius que no podem sortir que hem d'anar, amb cistells a la plaça?*

D'aquests factors, els següents són una preocupació més immediata pels agricultors:

- Expansió de la superfície urbanitzable, falta de protecció de la superfície rústica.
  - Risc que el desenvolupament urbanístic de l'Eixample Nord acabi absorbint terrenys de cultiu.
- Mal estat d'infraestructures necessàries per a l'activitat agrària: Canals pantà de Foix, camins d'accés a les explotacions.

*Què ha passat? Com que des de fa 15 anys que tenim l'Eixample Nord urbanitzable, tota aquella infraestructura... estem parlant de marges, de tancaments, canalitzacions de rec de l'aigua del pantà, qualsevol cosa, tot això s'ha abandonat.*

Entre els entrevistats, però, es veu amb esperança el fet que l'Ajuntament de Vilanova compti, ara, amb una regidoria del primer sector. Segons ells, el coneixement que l'administració municipal té dels problemes del primer sector és millorable, i això es deu a una falta, en el passat, de contactes regulars entre agricultors, pescadors i Ajuntament.

- En aquest punt, els vincles personals entre el regidor del primer sector (també president de la confraria de pescadors) i actors clau de la pagesia a Vilanova facilitaren el desenvolupament d'un nou clima de diàleg. En aquest clima, també s'ha pogut vincular els problemes dels àmbits agrícola i pesquer, trobant-hi similituds.

*Sí, sí, a l'ajuntament [l'agricultura] no ha existit mai, fins ara. Per una senzilla raó, perquè qualsevol empresa donava econòmicament molta repercussió cosa que ... la nostra rendibilitat econòmica era molt petita ... [el regidor del primer sector] no era una persona desconeguda per mi ni jo per ell, i això també ens va ajudar en aquest sentit.*

#### PESCA: REPTES DEL RELLEU GENERACIONAL, POTENCIAL DEL PORT

La branca pesquera experimenta una davallada en el nombre de professionals similar a la observada per a l'agricultura. En concret, entre 2012 i 2020 les estadístiques del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació mostren un descens de prop del 15% en el nombre d'embarcacions amb base a la llotja de Vilanova i la Geltrú (taula 14). El descens més important s'observa en el cas de les embarcacions d'arts menors i de palangre (fons), per bé que el nombre de barques que empren arts de pesca de palangre és escàs, per sí sol. En aquest sentit, informacions periodístiques apunten al relleu generacional com un dels grans reptes de la pesca a Vilanova i la Geltrú<sup>lxiii</sup>.

El descens en el nombre d'embarcacions, lluny de ser excepcional, és compartit pel conjunt de llotges de la demarcació de Barcelona. Cal tenir en compte, però, que durant tot el període Vilanova ha mantingut la seva primera posició pel que fa a nombre d'embarcacions. Pel que fa al conjunt del país, Vilanova és, en dades de 2019, el tercer port del país, per darrere de Sant Carles de la Ràpita (Tarragona) i Arenys de Mar (Barcelona).

**Taula 14. Nombre de barques al port de Vilanova**

	Arrossegament	Arts menors	Encerclament	Palangre de fons	Palangre de superfície	Auxiliars	Total general
2012-2020	0,00%	-20,00%	-22,22%	-42,86%	0,00%	0,00%	-14,86%
2020	23	24	7	4	3	2	63
2019	21	24	6	5	2	2	60
2018	21	24	8	5	3	2	63
2017	22	24	8	7	3	2	66
2016	22	25	8	7	3	2	67
2015	22	27	9	7	3	3	71
2014	24	30	9	7	3	3	76
2013	24	30	9	7	3	n.a.	73
2012	23	30	9	7	3	2	74

Font: Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació

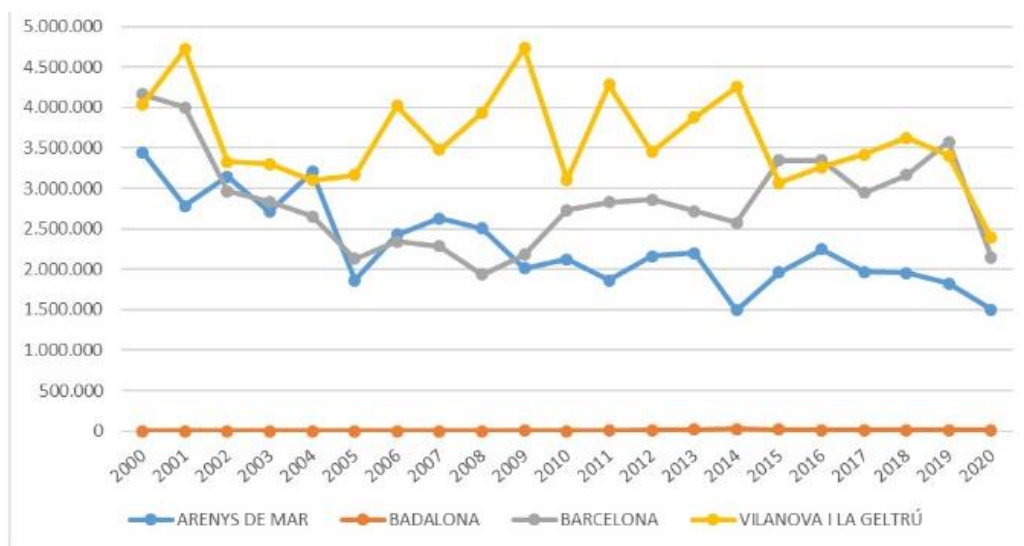
El lideratge de Vilanova i la Geltrú també és visible pel que fa al volum de kg venuts a llotja, segons les dades del Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació (gràfic 6). Pel que fa a la recaptació, les dades del DARP també reforcen la posició de lideratge de la llotja de Vilanova i la Geltrú. En 2019 fou la segona llotja del país pel que fa a la recaptació amb 10,9 milions de €, per sota dels 13,4 de Sant Carles de la Ràpita. En 2020, la recaptació de les dos llotges caigué a 9,3 milions de € a Vilanova, i a 12,1 milions de € a Sant Carles de la Ràpita, possiblement per efecte de la crisi de la Covid-19.

A aquestes fortaleses cal afegir-ne d'altres, recollides en informacions periodístiques<sup>lxiv</sup>, com ara la proximitat del port al mercat barceloní; el potencial d'innovació sostenible del port –en desembre s'aprovà el pla de gestió i seguiment del marisqueig del pop roquer del litoral central de Catalunya; i també n'hi ha en marxa projectes de gestió de residus al mar–; o la valorització de productes desconeguts, que han agafat pes als mercats gastronòmics –peix de Sant Pere, espardenya–. Així mateix, l'informe municipal *El sector primari a Vilanova i la Geltrú* destaca l'existència de complementaritats al port de Vilanova entre activitats de pesca, comerç, recerca i oci.

El Port de Vilanova opera, a més a més, en un context que potencia el desenvolupament de pràctiques sostenibles a l'àmbit de la pesca: Juntament amb els investigadors de l'Institut Català de Recerca per a la Governança del Mar (ICATMAR), les confraries de pescadors catalanes han consensuat 18 àrees del litoral català on la pesca d'arrossegament, el palangre de fons i totes les activitats dedicades a la pesca de fondària hi tindrien l'accés vedat<sup>lxv</sup>. La proposta, tramessa a la Secretaria General de Pesca per al seu enviament a la Comissió Europea, cobriria una extensió total de més de

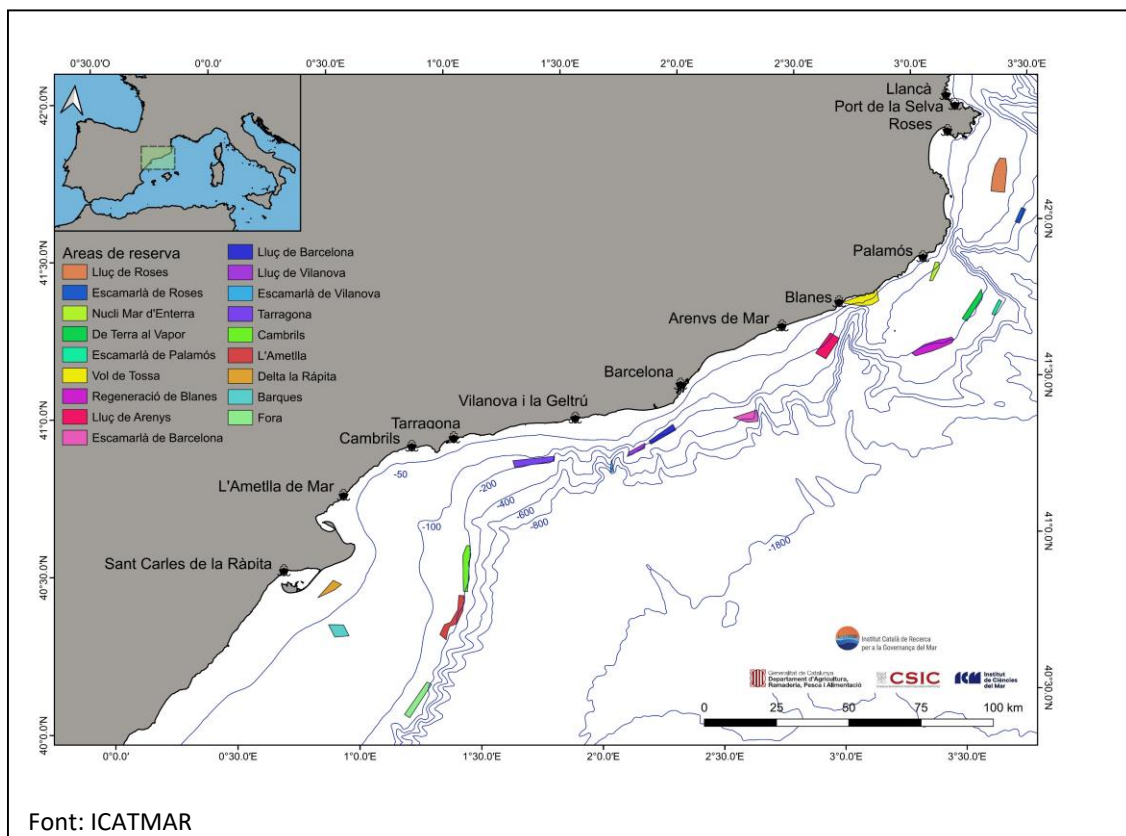
400 quilòmetres quadrats (gràfic 7). Amb aquestes àrees, s’espera poder facilitar la regeneració dels fons marins, assegurant la sostenibilitat futura de la pesca.

**Gràfic 6: Evolució dels kg venuts a llotja, província de Barcelona (2000-2020)**



Font: Estadístiques del DARP, dades per llotges

**Gràfic 7: Àrees protegides del litoral català**



Font: ICATMAR



## ENTREVISTES: LOCALITZACIÓ ESTRATÈGICA, POTENCIAL INNOVADOR

Les entrevistes realitzades amb representants de l'àmbit pesquer apunten a alguns factors que propicien la davallada en el nombre d'embarcacions observada anteriorment. En concret, diversos factors dificulten el relleu demogràfic entre els professionals de la pesca:

- Poc atractiu econòmic de la pesca: Ingressos obtinguts de la venda del producte estables o decreixents.
  - Intermediaris pressionen preus a la baixa.
  - Llargues hores de treball.
- Barreres de capital derivades de mantenir una barca de pesca.
- Càrregues administratives que resten temps a l'activitat pesquera.

*Són moltes hores al dia, moltes hores a la setmana ... tu estàs 12 hores fora de casa, entre 12 i alguna cosa més ... les jornades laborals de 7 hores i mitja o 8 diàries, molt estipulades amb un sou molt fixe, et donen una estabilitat que aquí no tens. La diferència de quan nosaltres érem més joves o ... era que la diferència d'ingressos era molt important...*

A més a més, alguns canvis ecosistèmics (desaparició d'algunes espècies de peix com la maira, o bivalves com les tellerines de mar) poden afectar la capacitat de recol·lecció de la flota.

Tanmateix, les entrevistes també han permès aprofundir en algunes de les forteses apuntades a l'anàlisi d'informació documental. En concret, la situació geogràfica del port de Vilanova, com a *ròtula* entre Barcelona i Tarragona, en garanteix la continuïtat futura. En el futur, és possible que Barcelona i Tarragona deixin d'acollir activitat pesquera, a causa de la seva especialització en activitats turístiques i logístiques (Barcelona) o industrials (Tarragona). En aquesta situació, ports com Vilanova poden assumir una funció preeminentment pesquera. Mentrestant, la proximitat a Barcelona garanteix l'accés a un gran mercat metropolità, en el que el peix de Vilanova té un gran prestigi. En l'actualitat, el producte vilanoví compta amb una clientela diversificada, incloent restauradors, comerç al detall i majorista (Mercabarna, Mercasaragossa, Mercamadrid, exportació...).

A tot això cal afegir que el port de Vilanova es troba en un bon estat de manteniment, i té un gran potencial d'innovació. En concret, és possible mencionar les següents iniciatives endegades per la Confraria de Pescadors de Vilanova:

- Projectes per incorporar activitats de transformació del producte pesquer, inclosos descarts, en brous i carpaccios per tal d'elevar el seu valor afegit (inspirat en l'exemple del port de Roses); així com de preparació de cistelles de peix per al sector de la restauració (aturats a causa de la Covid).
- Implementació del sistema d'etiquetatge *Peix i Marisc de Vilanova*, per a la traçabilitat del peix i marisc. Ajuda a la marca pròpia dels productes marítics del municipi.
- Col·laboració amb investigadors, per exemple en el pla de co-gestió del Pop Roquer; o el projecte Pesca Neta de recollida de plàstics.

Per últim, la identitat pesquera del municipi representa una altra fortalesa. Aquest sentiment pot ajudar a la promoció de marques com la del Peix i Marisc de Vilanova, així com a l'atractiu turístic de l'economia blava (incloent la pesca, però també l'aqüicultura).

*La idea [de l'obrador] està sobre la taula! Possiblement, no de l'estil que ells [Roses] van començar perquè ells fan una mà de coses, allà dalt. Fan fumets, carpaccios, pop, musclos, orades, llobarros... tenen de tot, ara. Han obert una línia d'aqüicultura ... és la primera línia que nosaltres volíem començar, començar amb els fumets, i els carpaccios per restauració. Bàsicament, perquè són dos línies molt fàcils, i aprofites una cosa per poder fer l'altre.*

Entre els entrevistats, també es percep que factors com la proximitat al mercat barceloní, la bona fama del peix de Vilanova i el patrimoni mariner del municipi fan d'aquest una localització apropiada per a l'aqüicultura.

Iniciatives prèvies –una piscifactoria a la costa de Vilanova posada en marxa entre els 90s i 2000s– s'aturaren a finals dels 2000s per un canvi de prioritats dels inversors. Aquests no consideraven que la temperatura de l'aigua fos una avantatge competitiva pel municipi. Tanmateix, segons les entrevistes un ampli ventall de fortaleses compensen sobradament aquesta limitació:

- Temperatura adequada pel cultiu de llobarro i mol·lusc.
- Proximitat al mercat barceloní, així com a infraestructures logístiques que assegurin una connexió ràpida a grans mercats urbans, nacionals o internacionals.
  - Venda principalment a majoristes, però algunes innovacions (.e.g. precuinats) poden facilitar l'accés a la venda al detall.

- Zona de cultura marinera:
  - Fàcil accés a professionals de la mar amb qualificacions adequades per treballar en piscifactories.
  - Complementarietats amb l'activitat pesquera.
  - Identitat vilanovina, factor de marca diferencial.

*És molt important per la cultura marinera de la zona, la sensibilitat de la comunitat i per tant, la comunió amb la resta d'activitats, no només lúdiques i turístiques, si no de sector primari a la zona.*

- Fons marí capaç d'absorbir l'energia dels temporals.
- Distància d'altres zones de la costa mediterrània (Almeria, València, Castelló) amb un excés d'activitat aquícola.
- Sinèrgies amb el turisme, amb exemples com el *Tuna Tour* de Balfegó<sup>lxvi</sup>.

*Estem en un lloc amb unes condicions logístiques per les cadenes de peix brutals. Tenim el mercat, per tant, tenir producció on tens el teu mercat és essencial. Et dona unes avantatges competitives molt importants. O sigui, pensem que el peix que ve de Grècia o de Canàries o Turquia té un diferencial de preu significatiu respecte el producte que es fa aquí.*

## COMERÇ I HOSTALERIA: DIVERSOS CANALS PER A LA COMERCIALIZACIÓ DEL PRODUCTE LOCAL

Els mercats i petits comerços de Vilanova aporten un ampli ventall de canals per a la comercialització de la producció local. A aquests cal afegir, a més a més, l'existència de xarxes i segells d'establiments de restauració que inclouen en els seus menús plats basats en la gastronomia local, i en ingredients de proximitat. Pel que fa a la distribució i la restauració, doncs, la situació de Vilanova sembla ser millor que en l'àmbit de la producció.

### MERCATS

Vilanova i la Geltrú compta actualment amb dos mercats sedentaris, el Mercat del Centre i el Mercat de Mar. El primer, segons l'informe *Primer Sector d'Activitat Econòmica de Vilanova i la Geltrú*, compta amb 69 llocs de venda, dels quals es troben actius 60; i un total de 200 professionals. La majoria (50) estan especialitzats en la venda

d'alimentació fresca, i en conjunt el mercat presenta una oferta de productes variada i complementària. Nou parades estan dedicades a la venda de peix fresc<sup>lxvii</sup>, i onze dels llocs de venda són parades exteriors, on els pagesos venen directament la seva collita<sup>lxviii</sup>.

Les dades de l'informe municipal mencionat anteriorment suggereixen que el Mercat del Centre té més bona salut que el de Mar, més petit. Aquest últim, que compta amb 12 llocs de venda actius (disposa d'espai per a 15), té dificultats per atraure compradors; la continuïtat d'algunes de les parades, a més, és un repte. Dos dels llocs de venda estan dedicats a peix fresc<sup>lxix</sup>.

A banda dels mercats sedentaris, cal mencionar dos mercats ambulants; el primer obre cada dissabte al voltant del Mercat del Centre; i el segon cada divendres al costat del Mercat de Mar<sup>lxx</sup>.

## BOTIGUES

Més enllà dels mercats, un ampli ventall d'establiments d'alimentació pot contribuir a la comercialització dels aliments produïts al municipi, augmentant l'abast dels mercats municipals com a canal de distribució de la producció local. Cal tenir en compte, però, que no es disposa de dades sobre el nombre de comerços que distribueixen productes de proximitat. Una revisió del directori municipal centrada en els establiments de comercialització de vi i aliments frescos<sup>lxxi</sup> mostra els següents comerços:

- 27 botigues de begudes i vins.
- 18 fruiteries i verduleries.
- 8 establiments especialistes en peix, marisc i pesca salada.
- 15 carnisseries.
- 15 establiments especialitzats en aviram i xarcuteria.
- 11 botigues de queviures.
- 41 supermercats.

En aquest àmbit, un interlocutor a tenir en compte és l'associació Viu Comerç, que aplega als comerciants del municipi. Cal tenir present, que a la seva pàgina web es comptabilitzen 14 establiments associats<sup>lxxii</sup>, una xifra petita en comparació amb el conjunt del municipi.

## HOSTALERIA I RESTAURACIÓ

Dins del *segell Garraf Gastronòmic*, 10 restaurants de Vilanova inclouen en la seva carta plats basats en receptes i ingredients tradicionals de la comarca. A més a més, també hauran d'incloure vins del segell *Vins del Massís del Garraf*. D'aquesta manera, el segell contribueix a reforçar el paper de la restauració com a element de la cadena de valor alimentària al municipi<sup>lxxiii</sup>. El segell es posà en marxa el passat mes de maig dins de l'Estratègia de Turisme Gourmet comarcal.

De manera similar, l'associació *Menja't Vilanova* promou la incorporació de productes de proximitat al receptari local, participant en activitats de promoció de productes locals com la gamba de Vilanova, l'espigall o el xató. Dels 10 establiments que participen a l'associació, 4 estan vinculats al segell *Garraf Gastronòmic*<sup>lxxiv</sup>. En aquest punt, també cal fer esment dels establiments vilanovins adherits a la *Ruta del Xató*, en tant que contribueixen a la promoció de la gastronomia local. Existeix un cert solapament entre els restaurants que formen part d'aquesta ruta, i aquells que participen a *Menja't Vilanova* i el *Garraf Gastronòmic*. En concret, 6 dels 17 establiments xatoners estan incorporats a les altres dues rutes<sup>lxxv</sup>.

Més enllà d'iniciatives promocionals com *Garraf Gastronòmic*, *Menja't Vilanova* o *La Ruta del Xató*, Vilanova compta amb una àmplia oferta gastronòmica, que també pot ajudar a la difusió de la gastronomia local, en particular si els restaurants participen en iniciatives de difusió de la cuina i productes locals com és el cas del segell *Garraf Gastronòmic*. En concret, el directori municipal inclou dades de 10 establiments especialitzats en cuina marinera<sup>lxxvi</sup>. La taula 15 proporciona informació d'aquestes restaurants, així com els que participen a les diferents iniciatives.

Per últim, cal tenir en compte que el directori municipal de Vilanova inclou dades de 44 restaurants especialitzats en d'altres tipus de cuina. Així mateix, també cal tenir en compte que el Gremi de Restauració compta, entre els seus agremiats, amb 191 bars i restaurants, locals de menjar per emportar i establiments de càtering<sup>lxxvii</sup>.

**Taula 15. Restaurants participants a les iniciatives promocionals**

Nom	Membre de Garraf Gastronòmic	Membre de Menja't Vilanova	Membre de la Ruta del Xató
1918 Cuina del Mar	Sí		Sí
Braseria Passeig del Carme			Sí
Bar del Mercat	Sí		
Catering Caserco		Sí	Sí
Ceferino	Sí	Sí	Sí
El Café de Mar			Sí
El Dinou	Sí	Sí	
El Faro Café			Sí
El Local		Sí	
Els Bessons			Sí
Espai de la Carne			Sí
Genil		Sí	
Genito Ibèrics i vins		Sí	
Foc de Vi			Sí
La Cucanya	Sí	Sí	Sí
La Cullera Mediterrània	Sí		
La Llotja Marisqueria			Sí
La Daurada	Sí	Sí	
La Pepa Jaleo		Sí	
L'Artiga	Sí		
Marejol	Sí		Sí
Marina Can Coll		Sí	Sí
Mas Roquer			Sí
Pika Tapa			Sí
Quorum			Sí
Vicova			Sí
Xiringuito Miramar	Sí		

Font: Webs de NODE Garraf, Menja't Vilanova, Ruta del Xató, Directori Ajuntament Vilanova

#### ENTREVISTES: POTENCIAL DE MARCA PRÒPIA, NECESSITAT DE FOMENTAR EL CONSUM DE PRODUCTES DE PROXIMITAT

Tal i com s'observa en aquest apartat, Vilanova compta amb un ampli ventall d'establiments, que pot donar sortida als productes de proximitat. A més a més, hi ha una creixent acceptació dels productes de proximitat per part de la població, i projectes

d'innovació productiva i promoció endegats per les administracions públiques (Ajuntament, NODE Garraf) han ajudat a reforçar la marca pròpia de productes locals com els espigalls o els vins del Massís del Garraf.

Globalment, a més, existeix un fort sentiment de pertinença a la vila que pot ajudar a mantenir i incrementar l'acceptació dels productes locals, i els entrevistats creuen que aquest sentiment pot ser aprofitat per una marca local, que aplegui els productes de Vilanova. Tanmateix, a les entrevistes alguns reptes són visibles:

- Fomentar l'interès de pares/mares i fills/filles pels productes de proximitat.
- Estendre les actuacions de promoció dels productes del primer sector en el temps. Les accions de promoció puntuals i aïllades acaben no tenint efecte.
- Estendre les actuacions de promoció dels productes del primer sector, més enllà de l'àmbit dels mercats, i en particular del Mercat del Centre. En alguna entrevista es percep que el Mercat de Mar no gaudeix d'una salut tant bona com la del Mercat del Centre.
- Fomentar la comercialització de la producció ecològica.
- Fomentar el consum de productes de proximitat per part dels estrats de població més jove.
- Fomentar el consum de l'escarola perruqueta. Aquest és, ara per ara, limitat, i actualment NODE Garraf està implicat en projectes d'innovació productiva destinats a incrementar-ne l'atractiu comercial.

*Nosaltres també hem fet coses en temes d'innovació productiva amb la fundació Miquel Agustí en el tema dels espigalls, doncs amb el tema de l'escarola també hem estat treballant... i bé, els pagesos s'ho han de creure, han de veure que és productiva.*

*És que Vilanova té ara mateix un sector de demanda de producte ecològic i de proximitat que està per explotar ... Jo fins ara el meu client és aquí i tinc evidentment per proximitat potser el 60% de clients entre Ribes i Sitges. I quin client busco jo, quin client ve? Doncs un de classe mitjana ... amb formació normal i corrent, amb fills o no... Però que és d'una edat mitjana, és a dir 40-50 anys.*

## PROMOCIÓ DE PRODUCTES LOCALS: ACCIONS A NIVELL MUNICIPAL I COMARCAL

Amb l'objectiu de donar suport a la comercialització de la producció local, l'Ajuntament ha liderat o ha participat en l'organització de diversos esdeveniments de promoció de la gastronomia local, com ara:

- Festa de l'espigall (febrer)
- Mercat noucentista (maig)
- Nit de la gastronomia (octubre)
- Fira Temps de vi
- Fira de Novembre
- Festival del Xató (Novembre)
- Jornada gastronòmica de peix i marisc (juliol)
- Ruta de tapes DesTapa Vilanova

Altres accions dutes a terme per l'Ajuntament busquen crear incentius econòmics per a la comercialització de la producció agrícola local. En concret, les parades dels mercats ambulants poden obtenir un 35% de bonificació en la taxa de mercats, si venen productes propis; sumant-s'hi un 20% per a la producció ecològica, i un 5% si posen parada de dilluns a divendres<sup>lxxviii</sup>.

Pel que fa a les actuacions actualment en preparació, l'Ajuntament treballa en accions destinades, d'una banda, a promocionar la comercialització de productes locals; i de l'altre, a dotar d'instruments als productors locals per a la comercialització en línia:

- En relació la comercialització de productes locals, l'Ajuntament està treballant en un sistema d'etiquetatge per a productes de pagès<sup>lxxix</sup>; i preveu posar en marxa en 2021 una aula gastronòmica al Mercat del Centre. Aquesta aula, actualment en construcció, hauria d'acollir tallers de cuina i altres activitats vinculades a la cuina de mercat, i als productes frescos i de proximitat<sup>lxxx</sup>.
- En l'àmbit de la venda en línia, l'Ajuntament i Viu Comerç planegen promoure la incorporació dels comerços a la plataforma de comerç en línia Cliccat, una iniciativa on participen 93 associacions de comerciants de tot Catalunya. La nova plataforma hauria d'entrar en funcionament el proper mes de gener, aportant un canal de comercialització addicional per al sistema agroalimentari local<sup>lxxxi</sup>.

A nivell comarcal, també cal tenir en compte els esdeveniments posats en marxa per NODE Garraf:

- La Llotja, impulsada per NODE Garraf. Inclou activitats de divulgació del patrimoni gastronòmic comarcal, amb la col·laboració de restaurants i cellers. També s'inclouen visites a la subhasta del peix i al mercat. La propera edició està prevista els mesos de març i abril de 2021<sup>lxxxii</sup>.
- Novena de cuina marinera (primera edició prevista el març de 2021): Durant tres caps de setmana, de divendres a diumenge, diversos establiments adherits al segell *Garraf Gastronòmic* oferiran menús basats en productes locals, de terra i mar<sup>lxxxiii</sup>. La Novena forma part del programa d'activitats a La Llotja impulsat per NODE Garraf.

#### ENTREVISTES: EL PAPER DEL TURISME DE PROXIMITAT

De les converses amb els informants, es desprèn que el turisme de proximitat -arrelat en la naturalesa i paisatge de Vilanova- pot suposar una font d'oportunitats per a la promoció de la producció i gastronomia locals, tot reforçant els esforços de promoció endegats per l'Ajuntament i NODE Garraf.

Existeix un patrimoni històric, que pot ajudar a que la població valori la importància del sector primari i la cadena alimentària. Aquest patrimoni ja s'ha anat valoritzant a través de múltiples iniciatives (fires de promoció de la producció local, xarxes on el sector de la restauració promociona la gastronomia local, dinamització de l'espai far amb el *Far & Bar*, entre d'altres). Tanmateix, es podria desenvolupar encara més, amb iniciatives turístico-culturals com ara:

- El desenvolupament de rutes a l'interior del municipi (espai i finca noucentista de l'Ortoll, Camí Ramader de Marina). Aquestes rutes es troben en fase d'acondicionament, i s'hi podrien posar en marxa serveis de restauració i d'activitats culturals i turístiques, incloent rutes a cavall.
- La restauració d'espais costers per a la realització d'activitats culturals, com unes antigues drassanes abandonades al Port de Vilanova, o l'antic molí fariner a prop de l'Espai Far.
- A les entrevistes sobresurt la importància històrica de la posada en marxa del pantà de Foix. La seva accidentada història, i el seu paper cabdal en facilitar el cultiu de l'horta vilanovina, suposen un element clau en la història de l'agricultura a Vilanova.

*Llavors, a partir d'aquí estem parlant [sobre el Camí Ramader de Marina] per què no trobar gent, per dir un exemple, de muntar uns cavalls i dedica't a fer conèixer el camí, pots fer passejos, passejos en cavall, pots explicar una història, una barraqueta de fusta, un dinar... qui diu un dinar diu un bar, un lloc per fer un cafè, un berenar a la tarda...*

*És molt innovadora... Pensem que el pantà es va acabar de construir, crec que a l'any 30. I això es va fer simplement amb la bogeria de gent amb diners de Vilanova ... Van aportar els diners, però va arribar un punt que es van acabar, i llavors el pantà se'l va incautar l'Estat. I fins l'any 80 o 90, que la comunitat [de regants] cada any havíem de pagar un tant dels diners que ens va deixar l'Estat per acabar de fer el pantà ... nosaltres potser no som ni la meitat d'emprenedors que els pagesos d'aquella època.*

El port també compta amb un ampli potencial turístic, en tant que les seves instal·lacions acostumen a ser visitades per 11.000 persones a l'any, incloent visites de grups escolars. Tanmateix, la capacitat del port per acollir visitants es veu limitada per la falta de recursos humans que es puguin dedicar a aquesta activitat.

*Els [els escolars] fan una visita a totes les instal·lacions [del port], veuen com es ven el peix, se'ls hi explica tot... i no ho fem nosaltres, ho fa l'Espai Far, però bé tot i així sempre que ens han demanat ajuda ... cap problema, nosaltres ràpidament busquem que hi hagi alguna persona. Però sí veus, és una de les coses... amb escoles hi volem treballar, però ens falta una mica d'ajuda o de gestió. Més que res que s'acostumin a provar seqüències de productes.*

## RELACIÓ DE MESURES PROPOSADES A LES ENTREVISTES

Les entrevistes, a banda d'ajudar a aprofundir en el coneixement de l'estat del sector primari i la cadena alimentària, també varen servir per recollir propostes d'actuació. Algunes d'aquestes foren directament esmentades durant les entrevistes, i d'altres han emergit durant el procés d'anàlisi de les entrevistes –en aquest cas es presenten com a “idea derivada de les entrevistes” –. Les mesures s'estructuren, en primer lloc,

segons el seu paper a la cadena de valor, aquí dividida en les baules de la producció, la comercialització, la governança, o el paper del turisme com a activitat de suport. En segon lloc, les mesures s'estructuren en funció de la branca d'activitat corresponent. Un quadre (taula 16) presenta el resum de mesures proposades.

## PRODUCCIÓ

### Agricultura

- Garantir el manteniment i desenvolupament futur dels espais rurals existents (fent ús de la Llei d'Espais Agraris de 2019).
- Treballar per millorar l'estat de les infraestructures lligades a l'agricultura: Canals pantà de Foix, camins d'accés a les explotacions.
- Facilitar l'accés dels pagesos joves a la terra.
- Idea derivada de les entrevistes: Programa de suport a l'emprenedoria rural.
  - NODE Garraf posà en marxa un banc de terres, i un programa de formació agroecològica. La formació, però, no va continuar per falta de finançament. Un programa de suport a l'emprenedoria rural podria ajudar a donar continuïtat a aquests esforços.
- Idea derivada de les entrevistes: Posar en marxa parcs agraris inspirats en els exemples del Llobregat i Gallecs.
  - En iniciatives de planejament prèvies (Consell Comarcal Garraf) es contempla la posada en marxa d'un Parc Agrari.
- Facilitar la posada en marxa i consolidació d'iniciatives d'agricultura ecològica.
- Assegurar la pervivència de l'escarola perruqueta a través de programes de millora genètica a través de caràcters organolèptics, com els que la Fundació Miquel Agustí<sup>1xxxiv</sup> desenvolupà per l'espigall, per tal de fer-la més atractiva entre la població. Només dos productors la cultiven regularment en l'actualitat.

### Pesca i aqüicultura

- Idea derivada de les entrevistes: Assegurar fons pel manteniment del Port de Vilanova, i l'adaptació de les seves instal·lacions als canvis tecnològics.
- Idea derivada de les entrevistes: Aqüicultura multi-tròfica podria ajudar a restaurar l'ecosistema marí a la costa de Vilanova, fomentant la reaparició de moluscs.

### Pesca

- Donar suport a iniciatives d'innovació del port, que poden ajudar a diversificar-ne les fonts d'ingressos (instal·lacions de transformació, cistelles de peix).

## Aqüicultura

- Cerca d'inversors.

**Taula 16. Resum de les mesures derivades de les entrevistes**

	Agricultura	Pesca	Aqüicultura
Producció	Garantir manteniment i desenvolupament espais rurals existents	Assegurar fons manteniment i renovació Port de Vilanova	
	Treballar per millorar estat infraestructures agricultura	Aqüicultura multi-tròfica: Restauració ecosistema marí costa Vilanova	
	Facilitar accés pagesos joves a la terra	Suport iniciatives innovació al port, que poden diversificar-ne les fonts d'ingressos (transformació, cistelles de peix)	Cerca d'inversors per a instal·lacions
	Programa suport a l'emprenedoria rural		
	Parc Agrari		
	Facilitar inici i consolidació iniciatives agricultura ecològica		
	Esforços pervivència Escarola Perruqueta (millora genètica)		
	Agricultura	Pesca	Aqüicultura
Comercialització	Marca pròpia de Vilanova i la Geltrú		
	Reducció de la dependència d'intermediaris		
	Activitats que eduquin a pares, mares i fills/es sobre els beneficis dels productes locals		
	Programa suport a l'emprenedoria rural	Assegurar fons manteniment i renovació Port de Vilanova	
	Facilitar inici i consolidació iniciatives agricultura ecològica		
	Continuar esforços promoció Espigall		
	Esforços pervivència Escarola Perruqueta (promoció)		
	Agricultura	Pesca	Aqüicultura
Educació, turisme, patrimoni	Gamificar patrimoni natural i rural de Vilanova: Treballs de grup sobre el món rural, en col·laboració amb l'UPC (exemple: Muntar un hort ecològic)		
	Desenvolupament rutes interior (Espai Ortoll, Camí Ramader de Marina)	Restauració espais costers (zones del port, passeig marítim)	
	Iniciatives turístic-culturals que ajudin difusió història Pantà de Foix	GALP costa de Barcelona (coordinació pesca, aqüicultura i turisme). Planificació costera per conciliar usos aqüícoles, pesquers i turístics	
		Suport visites turístiques al port, sobretot grups escolars	Promoure activitat turística en futures instal·lacions d'aqüicultura
		Augmentar implicació Ajuntament activitats turístiques Espai Far	
	Agricultura	Pesca	Aqüicultura
Governança	Reunions conjuntes de tot el sector primari		
	Increment col·laboració Ajuntament-conjunt sector primari		
	Reforçar vincles estructura administrativa Ajuntament-conjunt sector primari		
		GALP costa de Barcelona (coordinació pesca, aqüicultura i turisme). Planificació costera per conciliar usos aqüícoles, pesquers i turístics	

## COMERCIALITZACIÓ

### Global

- Marca pròpia de Vilanova i la Geltrú, que aplegui el conjunt de productes agrícoles, de pesca i aqüicultura del municipi. La marca es pot inspirar en precedents establerts per iniciatives anteriors, com la marca Peix i Marisc de Vilanova, de la Confraria de Pescadors; i el Segells Vins Massís del Garraf, desenvolupada per *NODE Garraf*.
- Reducció de la dependència d'intermediaris, fomentant encara més les cadenes curtes.
- Activitats que eduquin a pares, mares i fills/es sobre els beneficis dels productes locals.

### Agricultura

- Idea derivada de les entrevistes: Programa de suport a l'emprenedoria rural.
- Facilitar la posada en marxa i consolidació d'iniciatives d'agricultura ecològica.
- Continuar i incrementar els esforços destinats a millorar l'atractiu de l'espigall entre els consumidors.
- Desenvolupar esforços que assegurin la pervivència de l'escarola perruqueta. Producte relativament desconegut, sobrepassat pel baix preu de l'escarola convencional. Només dos productors la cultiven regularment en l'actualitat.

### Pesca i aqüicultura

- Idea derivada de les entrevistes: Assegurar fons pel manteniment del Port de Vilanova, i l'adaptació de les seves instal·lacions als canvis tecnològics.

## TURISME

### Global

- Idea derivada de les entrevistes: Gamificar el patrimoni natural i rural de Vilanova: Amb l'ajut de l'escola de la UPC de Vilanova, es podria implicar als estudiants del municipi (d'ensenyament secundari i post-obligatori) en treballs en grup sobre el món rural, dirigits a resoldre reptes plantejats per docents de les pròpies escoles municipals, o per la UPC. Aquests reptes es plantejarien com a jocs, i es realitzaren de manera presencial i electrònica, amb l'ajut d'aplicatius de telèfon mòbil. L'objectiu últim d'aquests projectes és despertar l'interès dels joves pels espais naturals i rurals del municipi, indirectament estimulant l'atractiu turístic del sector primari i la cadena de valor relacionada.

- Exemples d'aquests projectes: Com muntar un hort ecològic; com aprofitar els descarts de la pesca. Una font d'inspiració és el programa Mart XXI, desenvolupat pel Campus del Baix Llobregat de la UPC<sup>lxxxv</sup>.

### Agricultura

- El desenvolupament de rutes a l'interior del municipi (espai i finca noucentista de l'Ortoll, Camí Ramader de Marina). Aquestes rutes es troben en fase d'acondicionament, i s'hi podrien posar en marxa serveis de restauració i d'activitats culturals i turístiques, incloent rutes a cavall.
- Idea derivada de les entrevistes: Iniciatives turístic-culturals que ajudin a difondre la història i rellevància del Pantà de Foix.
  - A les entrevistes sobresurt la importància històrica de la posada en marxa del pantà. La seva accidentada història, i el seu paper cabdal en facilitar el cultiu de l'horta vilanovina, suposen un element clau en la història de l'agricultura a Vilanova.

### Pesca i aqüicultura

- La restauració d'espais costers per a la realització d'activitats culturals, com unes antigues drassanes abandonades al Port de Vilanova, o l'antic molí fariner a prop de l'Espai Far.
- La posada en marxa d'un GALP (Grup d'Acció Local Pesquera) per a la costa de Barcelona aportaria recursos per a la integració i coordinació dels sectors que componen l'economia blava al municipi (pesca, aqüicultura, turisme).
  - Dedicar més esforços a la planificació costera, per conciliar-ne els usos aqüícoles, pesquers i turístics.

### Pesca

- Donar suport a la realització de visites turístiques al port, especialment les visites de grups escolars.
- Mantenir o augmentar la implicació de l'Ajuntament en l'organització d'activitats turístiques al voltant de la pesca, en l'Espai Far.

### Aqüicultura

- En cas que es posin marxes instal·lacions d'aqüicultura, aprofitar el potencial turístic d'aquestes (exemple: *Tuna Tour* Balfegó).

## GOVERNANÇA

### Global

- Reunions conjuntes de tot el sector primari, partint dels problemes comuns del sector.
- Increment de la col·laboració entre Ajuntament, i el sector primari, partint dels vincles ja existents entre les tres parts. El Pla Estratègic del Primer Sector ha de contribuir-hi.
- Idea derivada de les entrevistes: Reforçar els vincles entre sector primari i estructura administrativa municipal, per assegurar la continuïtat i reforçament d'aquests amb independència dels canvis a nivell de càrrecs polítics.

### Pesca i aqüicultura

- La posada en marxa d'un GALP per a la costa de Barcelona aportaria recursos per a la integració i coordinació dels sectors que componen l'economia blava al municipi (pesca, aqüicultura, turisme).
  - Dedicar més esforços a la planificació costera, per conciliar-ne els usos aqüícoles, pesquers i turístics.

## PRINCIPALS RESULTATS DE LA DIAGNOSI: DESCENS EN EL NOMBRE DE PRODUCTORS, OPORTUNITATS EN EL PORT DE VILANOVA, I EN LA COMERCIALIZACIÓ

Un cop complert l'anàlisi del sector primari i la cadena de valor alimentària a Vilanova, és clar que aquesta afronta dificultats. Aquests reptes en dificulten, precisament, el manteniment de l'activitat, que és un dels objectius perseguits per les polítiques de suport al sector primari. Tanmateix, el sector també compta amb notables fortaleces. Entre aquestes, és possible esmentar una xarxa de comercialització relativament densa, presidida pels dos mercats del municipi; una població amb un creixent interès pels productes de proximitat; o una localització que facilita l'accés dels productes de mar al mercat barceloní. Tots aquests factors faciliten el desenvolupament de cadenes curtes, un objectiu coherent amb el marc de polítiques públiques actual.

Conjuntament amb aquestes debilitats i fortaleces, l'anàlisi també deixa entreveure amenaces i oportunitats, altre cop relacionades amb objectius del marc de polítiques públiques com el manteniment del sector primari, l'establiment de cadenes curtes, o el foment de la innovació sostenible. Entre les amenaces, cal destacar el perill de perdre capacitat productiva a causa de la falta de relleu generacional. Pel que fa a les oportunitats, cal destacar la posada en marxa d'una marca de productes de Vilanova,

que pot contribuir a la comercialització de productes de proximitat; o el desenvolupament de noves activitats i models de negoci al port de Vilanova. Així mateix, també hauria de ser possible incrementar l'interès de la població més jove cap a la producció local, a la vegada que es realitzen activitats de lluita contra el malbaratament alimentari. A nivell de governança, el desenvolupament d'una col·laboració més intensa entre l'Ajuntament i els actors de la cadena de valor alimentària representa una altra oportunitat, en tant que pot millorar la capacitat de desenvolupar actuacions conjuntes, que estimulin la innovació en el sector. La secció, i la diagnosi conclouen amb una anàlisi DAFO (taula 17), que sintetitza les debilitats, amenaces, fortaleces i oportunitats identificades durant l'estudi.

**Taula 17. DAFO sector primari i cadena alimentària Vilanova i la Geltrú**

Debilitats	Fortaleces
Ingressos de l'activitat productiva estables o decreixents	Diversos canals de distribució
Mal estat de les infraestructures agrícoles	Proximitat al mercat barceloní, bona reputació peix de Vilanova
Falta de protecció de l'espai rural davant la urbanització	Fort sentiment d'identitat vilanoví, interès pel producte local
Accés limitat dels agricultors joves a la terra	Pes del mercat de Vilanova: Pesca, potencial innovador
Falta de desenvolupament de l'agricultura ecològica	Restauració: Xarxes i segells de promoció de la gastronomia local
Estat d'alguns canals de distribució? (Mercat de mar)	Ampli ventall d'activitats de promoció de la producció local
Amenaces	Oportunitats
Falta de relleu generacional	Població receptiva a una marca de productes de Vilanova
Expansió del desenvolupament urbanístic dins de l'espai rural	Intensificació de la col·laboració entre l'Ajuntament i els actors de la cadena de valor alimentària
	Innovació i diversificació productiva al port de Vilanova
	Proximitat a Barcelona: Atractiu per a l'aqüicultura
	Desenvolupament del turisme de proximitat, arrelat al patrimoni rural i marítim
	Desenvolupament de l'agricultura ecològica
	Estímul a l'interès de la població jove per a la producció local, actuacions contra el malbaratament alimentari

# SEGONA PART: ANÀLISI D'ESCENARIS DE FUTUR DESITJATS I PROPOSTES D'ACTUACIÓ

## ENQUESTA

### INTRODUCCIÓ

En aquesta secció es mostren els resultats de l'estudi exploratori dut a terme, en el marc dels treballs de suport del CREDA al Pla Estratègic de Dinamització del Sector Primari de l'Ajuntament de Vilanova. L'enquesta va dirigida a **analitzar la imatge de la marca "Vilanova i la Geltrú" al municipi** (objectiu 3). En concret, per tal d'assolir aquest objectiu s'ha realitzat un estudi exploratori centrat en tres àmbits:

- **Els hàbits de compra i consum de la població, pel que fa als productes del territori**
- **La identificació de barreres i potencials de millora en el coneixement i consum dels productes locals**
- **La percepció de la població, pel que fa a la marca Vilanova**

Cal remarcar que, a causa del caràcter exploratori de l'estudi –les dimensions de la mostra emprada, de 99 participants, són inadequades per a la extrapolació estadística, qualsevol troballa d'interès s'hauria de confirmar amb una enquesta més àmplia i representativa al conjunt de la població del municipi. No obstant, això, els resultats serveixen per indicar a on es dirigeixen les preferències i les percepcions que cal confirmar en el futur. En aquest sentit, els resultats del present estudi apunten a direccions interessants:

- Pel que als **hàbits de compra i consum**, les dades suggereixen que la població es troba acostumada a incloure productes de Vilanova i la Geltrú a la cistella de la compra, de forma freqüent; a la vegada, els mercats municipals sobresurten com a establiments clau pel que fa a la compra de producte fresc.
- Pel que fa les **barreres i potencial de consum del producte local**, els resultats suggereixen que la població és receptiva al consum de productes del territori proper. Els enquestats asseguren tenir un elevat grau de coneixement del que suposa consumir productes locals, que defineixen com a municipals i comarcals, frescos, i de temporada. També manifesten una bona opinió del producte local, amb un alt nivell d'identificació, prestigi, confiança i orgull. En paral·lel, els enquestats veuen en els petits comerços un proveïdor d'aliments d'alta qualitat, i els aliments locals són valorats com a productes de major qualitat, més saborosos, sostenibles i respectuosos amb el medi ambient. L'única barrera es trobaria, en tot cas, en el factor preu, en tant que aquests productes són percebuts com a més cars.
- Tanmateix, el factor preu podria no representar un obstacle per al consum, en tant que els enquestats manifesten una disposició a pagar un preu major pels productes certificats amb el segell "Origen Vilanova i la Geltrú". Aquesta és una de les troballes de l'estudi en l'àmbit de la **percepció de la població, pel que fa a la marca Vilanova**. Així mateix, existeix entre els participants a l'estudi la

percepció que la certificació ajudaria a incrementar el consum de productes locals. Cal tenir en compte, però, que els enquestats creuen que el segell local – i sistemes d’incentiu complementaris, com ara una targeta de fidelització– haurien de ser gestionats pels propis productors, amb una associació creada a tal fi. Altres sistemes de gestió no són percebuts com a tant efectius. Finalment, els enquestats donen suport al segell principalment per motius lligats al desenvolupament socio-econòmic; aquest resultat suggereix que estratègies dirigides a promocionar el segell tindrien més efectivitat, si se centren en missatges de suport a l’economia local.

En un primer apartat, es descriu la metodologia seguida en l’estudi exploratori, així com les característiques socio-demogràfiques de la mostra; feta aquesta descripció, s’analitzen els resultats de l’enquesta.

#### METODOLOGIA, CARACTERÍSTIQUES DE LA MOSTRA

Per tal d’analitzar i reforçar la imatge de la marca “Vilanova i la Geltrú” al municipi, s’ha emprat una metodologia d’enquesta en línia, amb el software Qualtrics<sup>lxxxvi</sup>. El sistema Qualtrics permet accedir amb rapidesa a un nombre suficient de persones, i amb formats que faciliten la participació d’aquestes: Els participants podien emplenar el qüestionari per ordinador, i/o a través de telèfons mòbils intel·ligents. Per la seva naturalesa, aquest tipus de qüestionari és menys amè a aquells grups de població menys acostumats a eines de treball en línia, com ara persones d’edat avançada. Cal tenir en compte, però, que aquest és un estudi de caràcter exploratori, i que les troballes de l’estudi s’han de confirmar amb una mostra més àmplia, que representi al conjunt de la població al municipi.

Per tal d’assolir la mostra analitzada –99 observacions–, s’han emprat diverses estratègies de difusió del qüestionari:

- Distribució de codis QR en llocs de pas habitual, com ara el Mercat del Centre i de Mar, l’Oficina Municipal de Turisme, Centre Cívic Sant Joan, Centre Esportiu la Piscina, botigues i restaurants.
- Difusió en xarxes socials, per part de l’Ajuntament de Vilanova i la Geltrú i el CREDA.
- Difusió per part dels participants als tallers participatius organitzats per assolir els objectius 4, 5 i 6.

El qüestionari, del qual s’han recollit observacions entre el 4 i 26 de maig, s’ha centrat en tres àrees. Els resultats s’analitzen seguint l’ordre d’aquestes:

- Els hàbits de compra i consum de la població, pel que fa als productes del territori

- La identificació de barreres i potencials de millora en el coneixement i consum dels productes locals
- La percepció de la població, pel que fa a la marca Vilanova

La mostra recollida (taula 18) es caracteritza per un elevat nivell d'estudis. Al mateix temps, la mostra té una edat mitjana relativament jove, en comparació al conjunt de la població; aquests resultats són esperables tenint en compte la metodologia de recollida de dades emprada. Altres trets a destacar són la presència majoritària d'homes a la mostra, així com la situació laboral i econòmica d'aquesta, majoritàriament bona o molt bona. Per últim, més del 20% dels participants tenen nens fins als 12 anys a la seva llar.

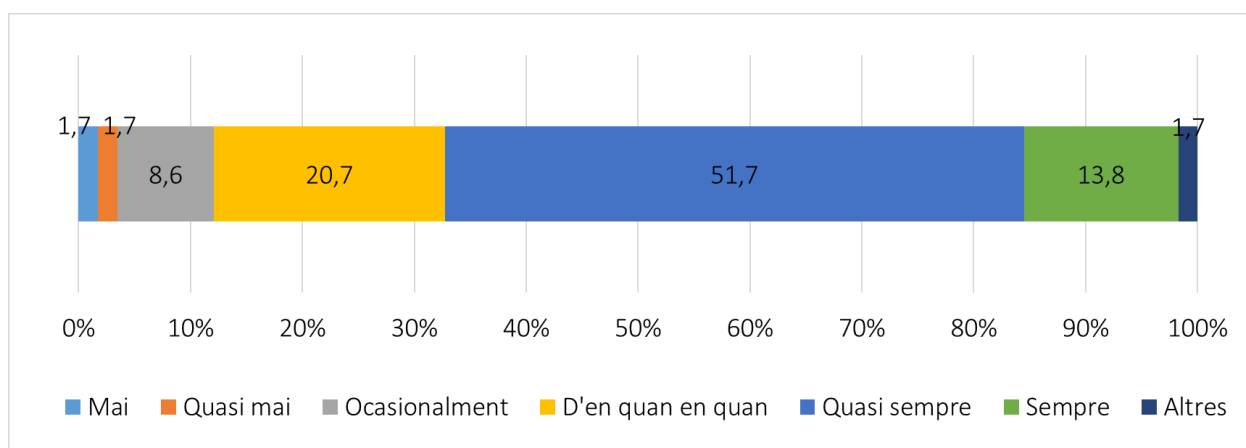
**Taula 18. Característiques sociodemogràfiques de la mostra**

Formació	%	Sexe	%	Cobertura despeses llar	%
Estudis primaris no complerts	3,5	Dona	38,6	Sempre	78,9
Estudis primaris	3,5	Home	56,1	Molt sovint	12,3
Estudis secundaris	24,6	No binari	5,3	Algunes vegades	5,3
Estudis superiors	68,4	<b>Franja d'edat</b>	<b>%</b>	Rarament	1,8
<b>Situació laboral</b>	<b>%</b>	Inferior a 18 anys	11,9	Mai	1,8
Estudiant	7	18-30 anys	15,5		
Autònom/empresari (temps complert)	14	31-50 anys	44		
ERTE (parcial o total)	1,8	51-65 anys	25		
Tasques de la llar	1,8	>66 anys	3		
Aturat	3,5	<b>Hi ha a les llars</b>	<b>%</b>	<b>Situació econòmica</b>	<b>Mitjana</b>
Jubilat	8,8	Nens de 0 a 6 anys	10,1	( 1 molt dolenta-10 molt bona)	7,91
Incapacitació laboral	5,3	Nens de 7 a 12 anys	11,1		
Empleat (temps complert)	56,1				
Altres	1,8				

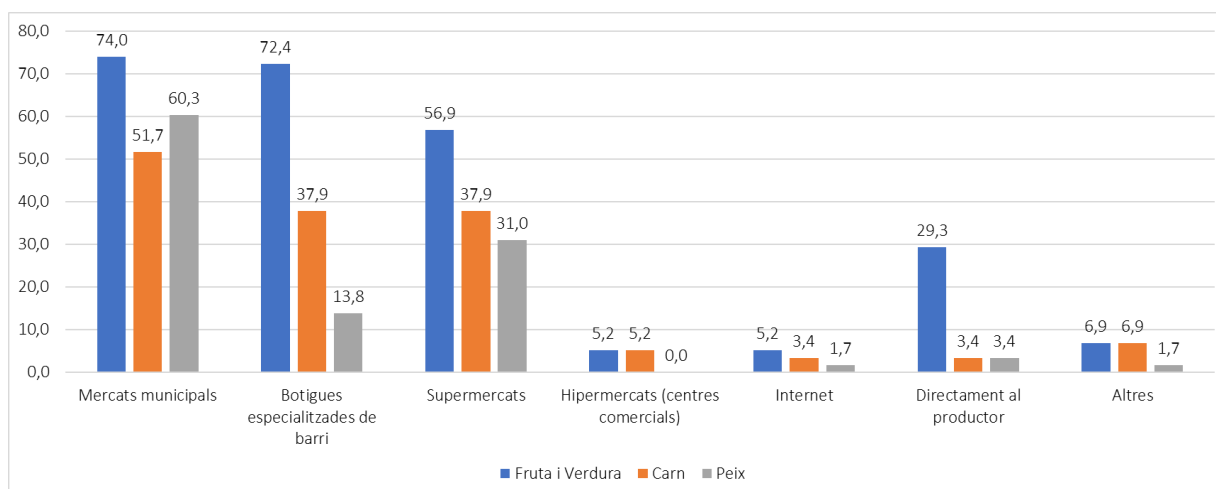
## ANÀLISI DE RESULTATS

### Hàbits de compra i consum de la població, pel que fa als productes del territori

Els enquestats asseguren comprar de forma habitual productes locals (gràfic 8). En concret, més del 60% de la mostra manifesta incloure sempre o quasi sempre aquest tipus de productes a la seva cistella de la compra; percentatge que creix fins al 85%, si s'inclouen aquells enquestats que asseguren adquirir productes locals d'en quan en quan.

**Gràfic 8. Inclou habitualment productes produïts localment a la seva cistella de la compra? (%)**

En paral·lel, els enquestats manifesten anar, sobretot, a mercats municipals per tal d'adquirir producte local (gràfic 9). Els mercats apareixen com la primera opció per tots els tipus de producte fresc, i en particular pel que fa al peix. Altres formes de comercialització lligades a les cadenes curtes, com les botigues especialitzades de barri o la venda directa per part del productor, sobresurten pel que fa a la fruita i verdura fresca, però els supermercats representen una elecció tant, o més popular pel que fa a la compra de carn i peix fresc. Els resultats apunten, doncs, a la rellevància dels mercats municipals en la comercialització del producte de proximitat.

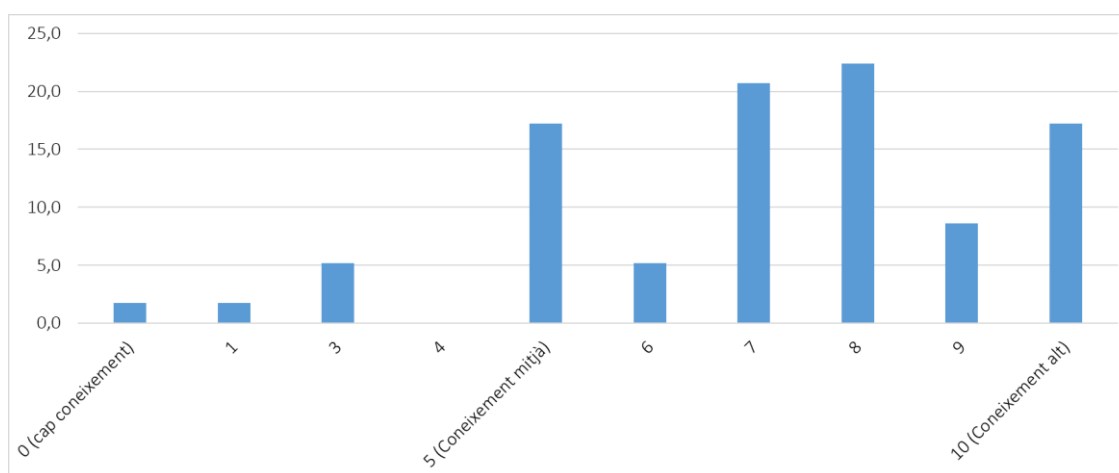
**Gràfic 9. On fa la compra dels següents productes frescos per la seva llar? (Resposta múltiple, %)**

### Identificació de barreres i potencials de millora en el coneixement i consum dels productes locals

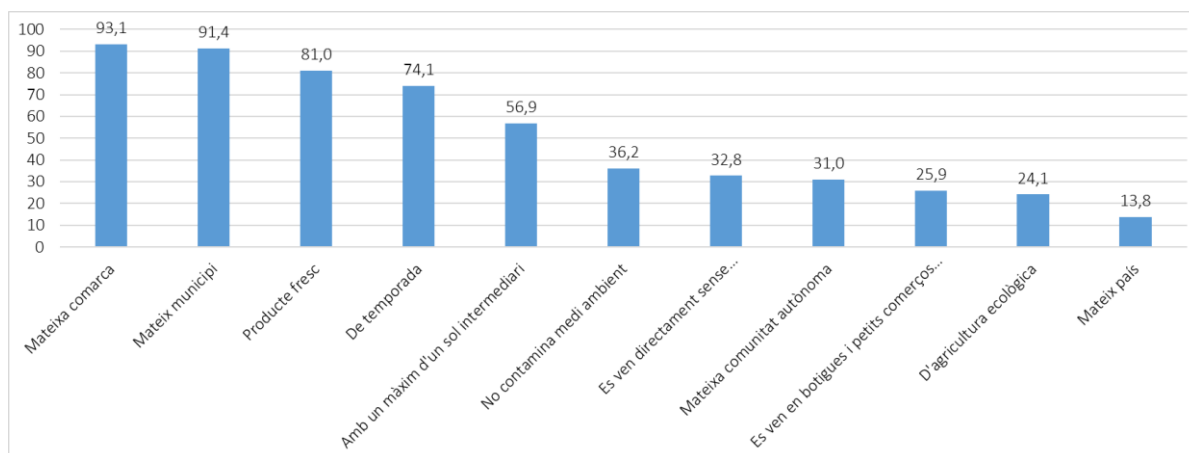
Tot i el caràcter exploratori de la mostra els resultats suggereixen, en conjunt, que la població és receptiva al consum de productes del territori proper. D'entrada, els enquestats asseguren tenir un elevat grau de coneixement del que suposa consumir

productes locals, amb una mitjana lleugerament superior a 8 (gràfic 10). Al mateix temps, la definició que els enquestats donen del que és un producte local – principalment aliments produïts al municipi i la comarca, frescos i/o de temporada– (gràfic 11) reforça la impressió que els enquestats tenen un elevat grau de coneixement sobre el que és un aliment local. De tenir bona part de la població un nivell elevat de coneixements sobre el que són els productes locals, resultaria més fàcil interessar-los per la compra d'aquests.

**Gràfic 10. Grau de coneixement sobre el que significa un producte agroalimentari local (autoavaluació subjectiva)**

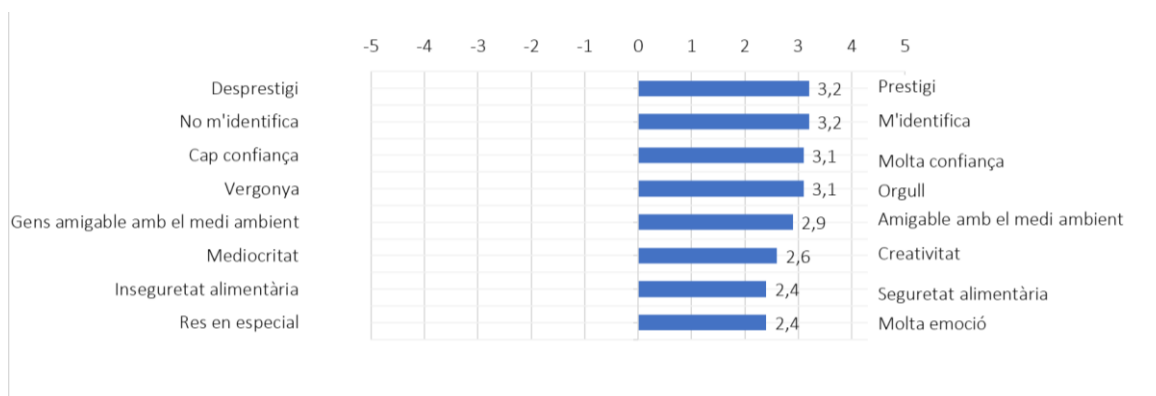


**Gràfic 11. Quins aspectes descriuen un producte agroalimentari local (resposta múltiple, %)**



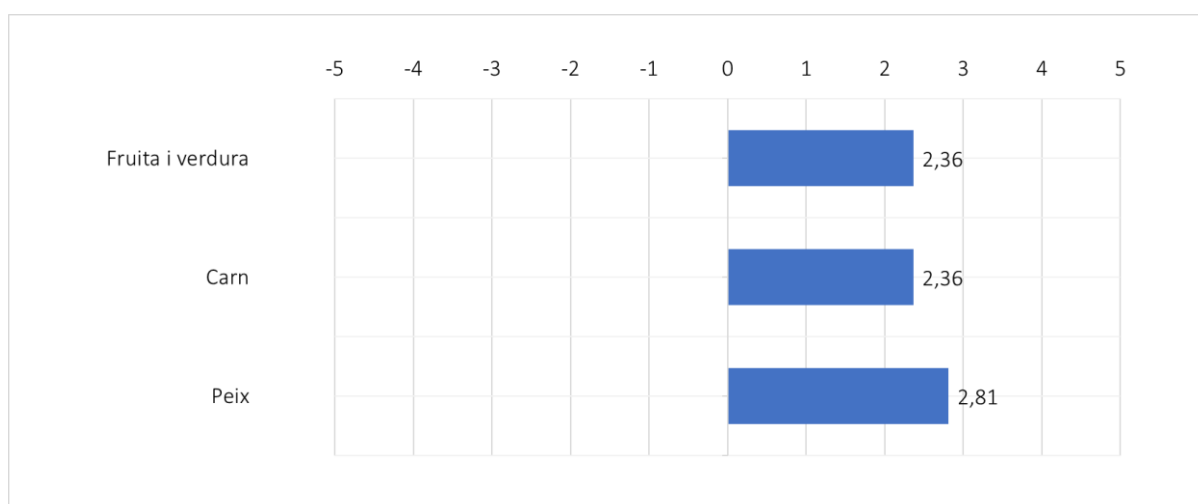
En aquest sentit, la bona opinió que els enquestats manifesten dels productes locals reforça la impressió que la població podria ser receptiva al consum d'aquest tipus de productes (gràfic 12). En general, els enquestats tenen una percepció positiva dels productes de Vilanova i la Geltrú; sobretot pel que fa al prestigi, grau d'identificació, nivell de confiança i orgull que els genera.

### Gràfic 12. Gran potencial del producte de Vilanova: Alt nivell d'identificació, prestigi, confiança i orgull



En paral·lel, els enquestats veuen en els petits comerços del municipi un proveïdor d'aliments d'alta qualitat (gràfic 13). Aquest és el cas del peix, sobretot, un resultat coherent amb la tradició pesquera de Vilanova i la Geltrú.

### Gràfic 13. Valoració grau de qualitat dels aliments que es venen al petit comerç de Vilanova i la Geltrú (-5 "menys qualitat" i 5 "més qualitat")



Aquests resultats són coherents amb la impressió, per part dels participants, que els productes locals es caracteritzen per un alt nivell de qualitat i un gran sabor. A la vegada, aquests són percebuts com a més sostenibles i respectuosos amb el medi ambient (gràfics 14 a 17). Cal destacar que la caracterització de l'aliment com a producte de Vilanova no és, per sí sol, el tret que desperta major valoració per part dels enquestats. Tot i la bona valoració dels aliments produïts a Vilanova, els enquestats aprecien sobretot els aliments de temporada. De confirmar-se aquest resultat amb una mostra més àmplia, la troballa apuntaria a la utilitat de vincular els esforços de promoció dels productes de Vilanova al consum d'aliments de temporada.

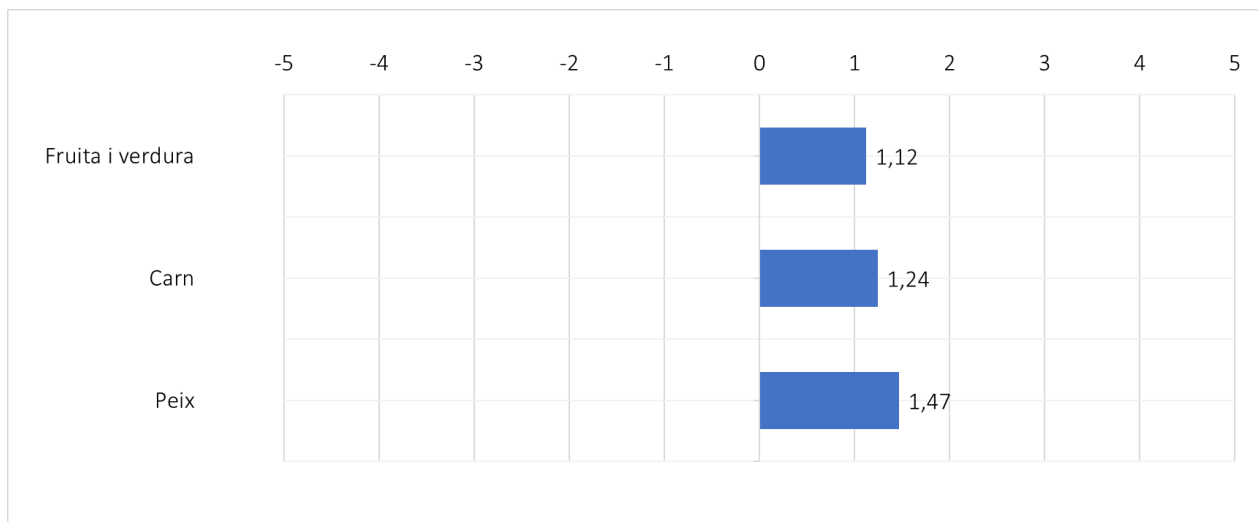
**Gràfic 14. Valoració nivell de qualitat aliments (-5 "menys qualitat" i 5 "més qualitat")****Gràfic 15. Valoració sabor aliments (-5 "menys sabor" i 5 "més sabor")****Gràfic 16. Valoració grau de sostenibilitat aliments (-5 "menys sostenible" i 5 "més sostenible")**

### Gràfic 17. Valoració nivell de respecte amb el medi ambient aliments (-5 "menys respectuós" i 5 "més respectuós")



L'única barrera es trobaria, en tot cas, en el factor preu, en tant que els productes del petit comerç de Vilanova són percebuts com a més cars, sent aquest el cas del peix, sobretot (gràfic 18). Tanmateix, la valoració dels productes com a més cars no seria particularment marcada, en comparació amb les preguntes anteriors.

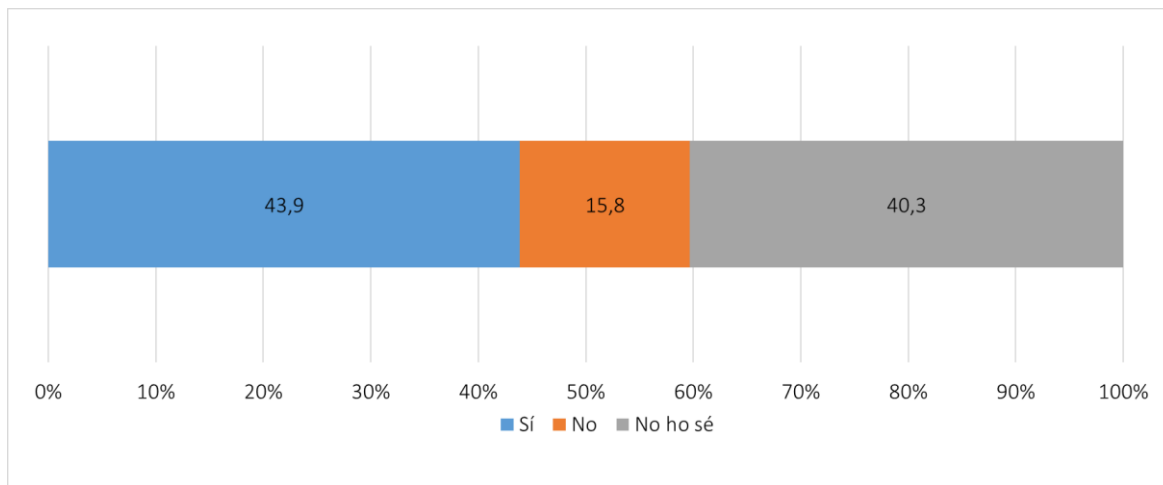
### Gràfic 18. Valoració preu dels aliments que es venen al petit comerç de Vilanova i la Geltrú (-5 "més barats" i 5 "més cars")



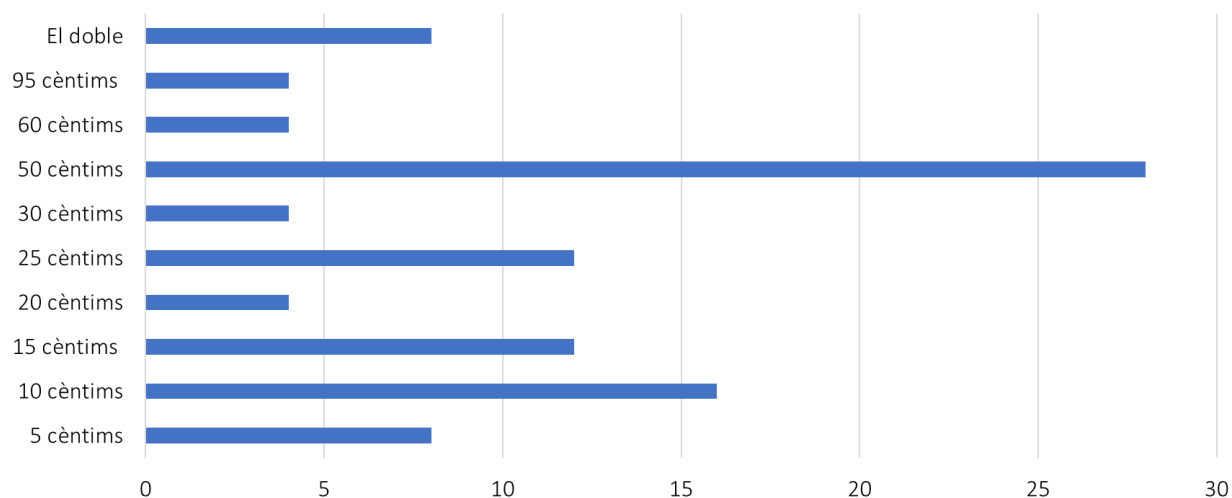
### Percepció de la població, pel que fa a la marca Vilanova

El factor preu podria no representar un obstacle per al consum, en tant que els enquestats manifesten una elevada disposició a pagar un preu major pels productes certificats amb el segell "Origen Vilanova i la Geltrú" (gràfic 19). Tant és així, que més d'un terç dels enquestats estarien disposats a pagar un 50% o més sobre el preu original, pels productes "Origen Vilanova i la Geltrú" (gràfic 20).

**Gràfic 19. Disposició a pagar un preu major pels productes amb etiqueta "Origen a Vilanova i la Geltrú" (%)**

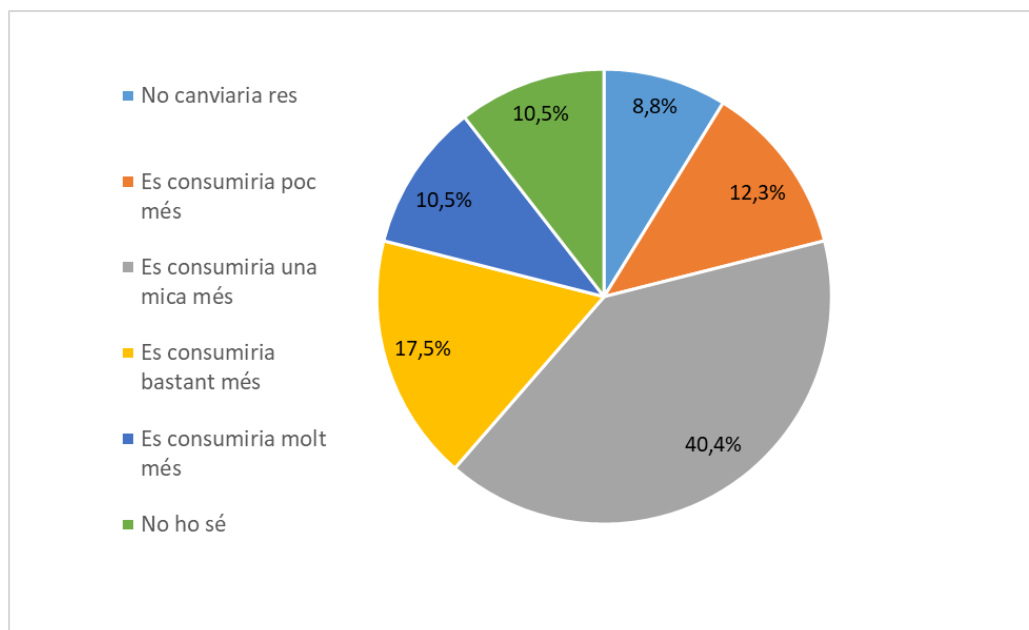


**Gràfic 20. Disposició a pagar més per cada euro gastat en productes agroalimentaris amb l'etiqueta "Origen Vilanova i la Geltrú" (%)**



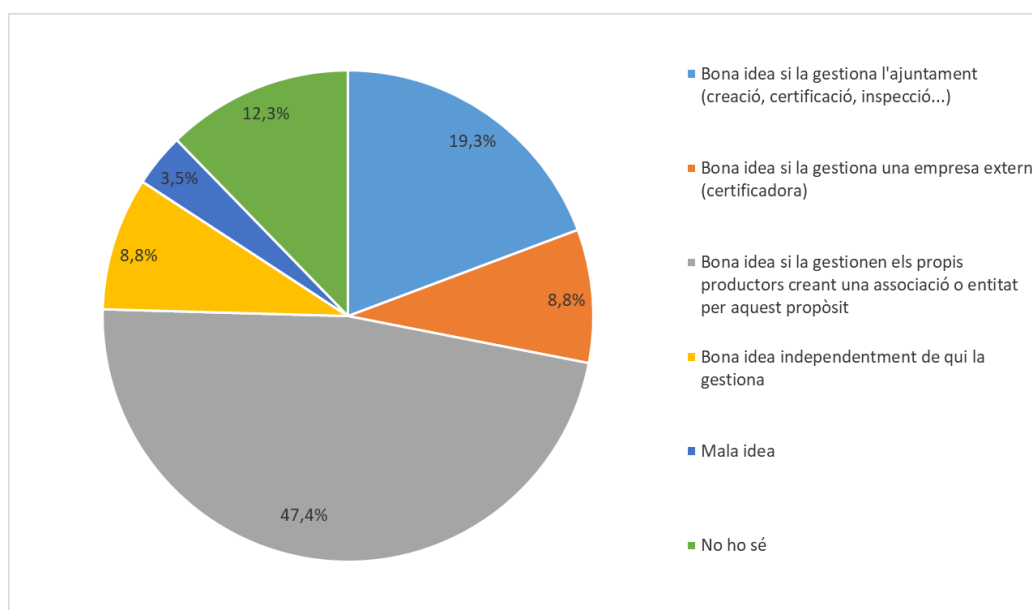
Al mateix temps, existeix entre els enquestats la percepció que la marca de Vilanova i la Geltrú ajudaria a incrementar el consum de productes locals. Dos terços de la mostra creu que els productes amb la certificació es consumirien entre una mica més, i molt més (gràfic 21).

### Gràfic 21. Com creu que afectaria al consum de productes locals a Vilanova i la Geltrú si tinguessin una etiqueta certificada "Origen de Vilanova i la Geltrú"?

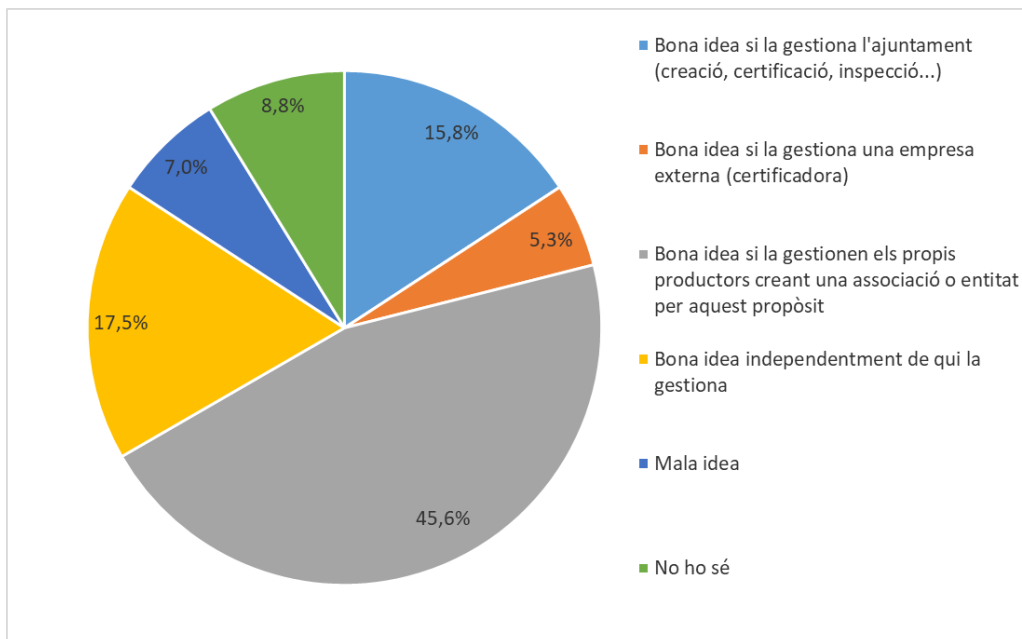


Cal tenir en compte, però, que prop de la meitat dels enquestats creuen que el segell local hauria de ser gestionat pels propis productors, amb una associació creada a tal fi. Altres sistemes de gestió –una empresa externa, l'ajuntament– no són percebuts com a tant efectius (gràfic 22). Un resultat similar és percebut pel que fa a la implementació d'un carnet o targeta de fidelització per incentivar el consum de productes locals al municipi (gràfic 23).

### Gràfic 22. Com veuria la creació d'un segell que certifiqui els productes agroalimentaris produïts a Vilanova i la Geltrú per promocionar el consum local?

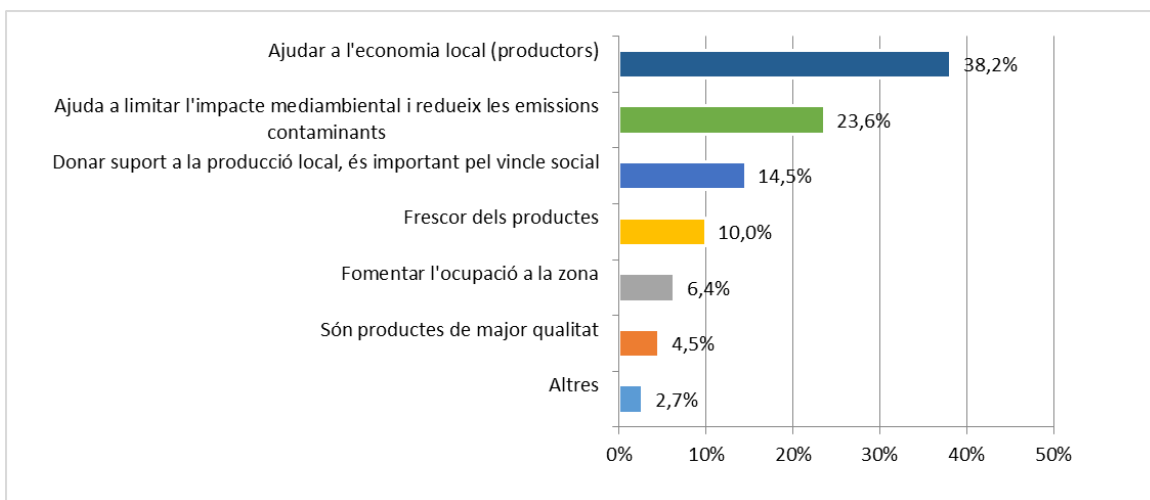


**Gràfic 23. Com veuria la creació d'un carnet o targeta de fidelització i un sistema d'acumulació de punts per promocionar el consum local de productes de Vilanova i la Geltrú?**



Per últim, els enquestats donen suport al segell principalment per motius lligats al desenvolupament socio-econòmic; cal destacar en aquests sentit les motivacions lligades a ajudar als productors locals, i donar suport a la producció local pels vincles socials lligats a aquesta. Juntes, aquestes motivacions representen més del 50% de les respostes (gràfic 24). De confirmar-se amb una enquesta representativa del conjunt de la població, aquest resultat suggereix que les estratègies dirigides a promocionar el segell tindrien més efectivitat, si se centren en missatges de suport a l'economia de Vilanova i la Geltrú.

**Gràfic 24. Raons per les quals elegiria un producte amb segell "Origen de Vilanova i la Geltrú" (possibilitat de seleccionar dues opcions)**



## TALLERS

### INTRODUCCIÓ

La present secció mostra els resultats dels tallers participatius endegats a Vilanova i la Geltrú. Els tallers compleixen els següents objectius:

- Definir, amb el conjunt del sector, els objectius de futur pel sector primari a Vilanova i la Geltrú, o escenaris desitjats (objectiu 4). Aquest objectiu s'ha assolit a través d'una metodologia DAFO, on els participants han intercanviat visions sobre les Debilitats, Amenaces, Fortaleses i Oportunitats del sector primari. Partint d'aquesta metodologia, ha estat possible definir escenaris de futur desitjables amb les oportunitats, tot tenint en compte factors que amenacen el futur del sector.
- Proposar estratègies, objectius i accions cap a l'assoliment del escenaris desitjats (objectiu 5); definir criteris de prioritització i mesura d'assoliment de les accions (objectiu 6). Els participants han debatut i prioritzat propostes d'actuació, que ells/elles han proposat dins dels tallers; així com les mesures proposades en la pròpia diagnosi del CREDA. La tercera part de l'informe (veure avall) acaba de donar compliment a l'objectiu 6.

En un primer apartat, es descriu la metodologia seguida en l'organització dels tallers. En un segon apartat, es parla dels resultats dels tallers. El primer taller, organitzat el 21 d'abril, s'ha centrat en l'àmbit de l'agricultura, mentre que el segon, organitzat el 27 d'abril, ho ha fet en l'àmbit de la producció animal, incloent activitats marítimes –pesca, aqüicultura– i ramaderia. Pel que fa a l'objectiu 4, de tots dos tallers es desprenen uns escenaris de futur caracteritzats per les oportunitats que brinden factors com el creixent interès en el consum de proximitat i de temporada, la implementació d'una marca “produït a Vilanova”, o l'acostament del govern municipal cap a les necessitats del sector primari. Tanmateix, factors com la competència derivada dels supermercats o les dificultats per garantir que no hi hagi un ús indegut de la marca Vilanova suposen amenaces a tenir en compte en la planificació d'escenaris de futur.

En quant als objectius 5 i 6, a tots dos tallers es fa èmfasi en prioritzar mesures dirigides a reforçar l'interès del consumidor pel producte local i de temporada, així com incrementar la seva capacitat de distingir-lo vers d'altres productes que no compleixen aquest estàndard. També es fa èmfasi en reforçar el lligam entre Ajuntament i sector primari, amb la posada en marxa de programes de compra pública de productes locals, i amb l'increment de la participació del sector en el disseny i posada en marxa d'activitats promocionals. Per últim, es busca reforçar canals curts de comercialització existents al municipi, com ara els mercats, i incrementar la seva capacitat per respondre a les necessitats dels restauradors.

## METODOLOGIA

Els tallers s'han basat en una metodologia World Café. L'objectiu d'aquesta és facilitar la inclusió creativa d'idees, tot evitant la formació prematura de consensos<sup>lxxxviii lxxxviii lxxxix</sup>. A diferència dels grups de discussió *convencionals*, aquesta metodologia busca promoure la generació de noves idees amb el moviment de persones entre taules de treball. D'aquesta manera, es redueix el risc que un o més participants acabin fent prevaldre el seu punt de vista, al mateix temps que s'incentiva la participació d'aquells participants menys proclius a col·laborar. També es busca generar un espai agradable, d'estètica semblant a un cafè, que faciliti l'intercanvi d'opinions.

En total, s'han organitzat dos tallers, tots dos a la seu central de la UPC a Vilanova. El primer, centrat en l'àmbit de l'agricultura, tingué lloc el 21 d'abril; el segon, centrat en els àmbits de pesca, aqüicultura i ramaderia, es convocà el 27 d'abril. Cada un dels tallers, d'una durada aproximada de 90 minuts, ha comptat amb participants del conjunt de la cadena de valor. En tots dos tallers no ha estat possible convocar a tots els actors, per aquest motiu els dies següents als tallers s'han realitzat 2 entrevistes addicionals, de 45 minuts cada una, amb actors que no hi varen poden participar. Així doncs, la relació de participants és la següent, per cada taller:

- Taller agricultura: 7 participants, incloent 2 productors, 1 representant de supermercat, 2 petits comerços de mercat, 1 restaurador, 1 representant d'organitzacions de consumidors. Entrevista addicional a 1 productor
- Taller pesca, aqüicultura i ramaderia: 10 participants, incloent 1 productor, 2 representants de supermercat, 3 petits comerços de mercat, 2 petits comerços fora de mercat, 2 restauradors. Entrevista addicional a 1 productor, empresari aqüicultura -malauradament, no va ser possible comptar amb representants de l'aqüicultura al taller-.

Cada taller s'ha organitzat en dos fases, amb una pausa amb refrigeri. Durant la primera fase, el desenvolupament d'escenaris de futur s'ha inspirat en el treball d'Ariño y Fernández<sup>xc</sup> (2021) i Vesnic-Alujevic et al.<sup>xc1</sup>. En concret, partint d'una metodologia DAFO, s'ha recollit d'entre els participants un conjunt d'oportunitats i amenaces per al desenvolupament futur del sector primari. Aquestes aportacions han permès assolir l'objectiu 4, conjuntament amb les debilitats i fortaleses que conformen l'escenari actual del sector. Les oportunitats i amenaces, així com les debilitats i fortaleses s'han agrupat de forma inductiva, partint de les similituds temàtiques entre aquestes.

En una segona fase, l'anàlisi DAFO ha servit de punt de partida per a la proposta, per part dels participants, d'actuacions útils per avançar cap a l'escenari de futur desitjat. Aquestes actuacions s'han classificat segons les categories de mesures identificades durant la fase de diagnosi del projecte, lligades a la cadena de valor del sector primari: i) Producció; ii) Comercialització; iii) Educació, patrimoni i turisme; iv) Governança. En

aquells casos en els que la proposta d'actuació podia incloure's en més d'una categoria, s'ha escollit aquella categoria amb una major afinitat temàtica.

Seguint la lògica dels World Cafés, a meitat de la primera i segona fases, els participants han rotat entre taules, de la següent manera:

- Primera fase: Rotació entre taula A -aspectes interns del DAFO, és a dir debilitats i fortaleces- i taula B -aspectes externs del DAFO, és a dir amenaces i oportunitats-.
- Segona fase: Rotació entre taula A -actuacions en les categories de producció i comercialització- i taula B -actuacions en les categories d'educació, patrimoni i turisme; i governança-.

Durant les dos setmanes posteriors a la celebració del taller, els participants han escollit aquelles propostes d'actuació que creuen més prioritàries. A través d'una votació electrònica, els participants han escollit aquelles actuacions que caldria prioritzar. Dins de cada categoria –producció; comercialització; educació, patrimoni turisme, governança–, els participants han escollit, per ordre de preferència, tres actuacions. Els resultats de les votacions s'han sumat de tal manera que l'actuació més votada en primera opció seria escollida com a la primera actuació; l'actuació més votada en segona opció seria escollida com a la segona actuació; i l'actuació més votada en tercera opció quedaria com a tercera actuació. Les propostes dels representants que no van poder participar al taller no s'han pogut incloure a la votació, en tant que les entrevistes s'han concertat després de la celebració dels tallers.

## RESULTATS

### ESCENARIS DE FUTUR PER AL SECTOR

Partint del DAFO desenvolupat durant la diagnosi, els participants al taller d'agricultura, i al taller de mar i ramaderia han definit un escenari actual (taules 19 i 20) caracteritzat per un baix nivell d'interès de la població jove cap a la compra directa a l'agricultor, la manca de coneixement sobre el producte local i de temporada, i la manca de sistemes de certificació que garanteixin la traçabilitat dels productes, tot evitant l'ús fraudulent de certificacions de collita pròpia i KM0. Tot i aquestes limitacions, cal destacar punts forts com ara la bona salut del mercat del centre i altres canals de venda local, així com l'existència d'un segment de consumidors que aprecia el producte local, tant de terra com de mar. La proximitat i interès del producte local al mercat barceloní és un altre atractiu.

De cara a la definició d'escenaris de futur, els segments de consumidors interessats en el producte local suposen una oportunitat per al desenvolupament del sector. Entre els

consumidors locals, existeix un creixent interès pels productes de temporada, ecològics i de venda directa, i el producte de Vilanova –tant agrícola com de mar– gaudeix d’una bona reputació a Barcelona, que es pot aprofitar encara més de cara al futur. Les parelles joves i famílies amb fills petits són particularment susceptibles de comprar productes locals i de temporada, en tant que aquestes es troben interessades en productes de qualitat. Ben gestionada –és a dir, extensament implantada al territori i amb un sistema de certificació que garanteixi la traçabilitat del producte–, una marca “produït a Vilanova” és vista com una oportunitat de futur. Altres oportunitats es poden observar en l’interès del govern municipal d’ajudar al sector i entendre’n les necessitats, així com en l’ús del turisme rural com a eina per a fomentar el vincle de la població amb el sector primari –en particular entre els més joves–. Tanmateix, també cal tenir en compte els riscos que es puguin derivar de la creixent competència dels supermercats, o l’ús indegut de la marca Vilanova.

Més enllà d’aquestes similituds entre branques del sector primari, en el cas de l’agricultura cal destacar el mal estat de les infraestructures agrícoles, així com les dificultats dels joves per accedir a la terra –dificultats derivades, segons alguns agricultors, de la falta d’un parc agrari i de la concentració de la terra en unes poques propietats–. Aquesta debilitat es reflecteix en amenaces com ara el risc que els propietaris derivin les seves parcel·les a finalitats no pròpiament agrícoles, a causa de la pressió urbanística. També es percep com una debilitat l’actual nivell d’implicació per part de l’ajuntament en les activitats de promoció del sector més enllà del mercat del centre, així com en la seva interlocució activa sobre el terreny, encara limitada. Es dubta, per exemple, de si els serveis públics –policia o bombers– sabrien com arribar a certes explotacions, per la falta de mapes que informin de la localització d’aquestes. Tot i l’existència d’una regidoria del primer sector, es té la percepció que falta un interlocutor clar i únic per part de l’ajuntament. I, si bé es veu amb bons ulls l’esforç del govern municipal per acostar-se als problemes de l’agricultura, es tem que n’hi hagi un estancament en aquest acostament institucional.

Aquesta preocupació no és tant present entre els pescadors, que compten amb unes infraestructures –el port– ben preparades. Els pescadors, en tot cas, es veuen amenaçats per la desconfiança generada al voltant del consum de peix, a causa de problemes com ara la contaminació per microplàstics o mercuri. Entre aquests actors, també es percep com una amenaça la cerca de productes de conveniència –ràpids de preparar– per part de la ciutadania. Aquestes preocupacions contrasten amb la visió del representant dels aqüicultors, que veu en Vilanova un ampli potencial per al desenvolupament d’activitats aqüícoles. El sector parteix de fortaleses com ara un port ben preparat per acollir activitats aqüícoles, l’existència d’una potent tradició marítima o la presència de professionals qualificats i programes de formació adequats. Aquestes fortaleses, a la vegada, representen un excel·lent punt de partida per a l’aprofitament d’oportunitats de futur, com ara les complementarietats amb les actuacions, i els

coneixements de la confraria de pescadors; la proximitat al mercat barceloní i les grans xarxes de distribució presents a l'àrea metropolitana; i la falta de competidors propers.

El quadre DAFO resultant dels tallers és, doncs, similar al recollit durant la diagnosi. En tot cas, cal destacar com una novetat la menció a la falta de sistemes de certificació que avalin el caràcter local del producte, com una debilitat del conjunt del sector primari. Altrament, també cal destacar que no es menciona l'agricultura ecològica com una oportunitat de futur; tot suggerint que els actors del sector primari no veuen el creixement d'aquest tipus d'agricultura una oportunitat de futur per al sector.

### PRIORITZACIÓ D'ACTUACIONS

Tal i com es pot percebre en la taula 21, els participants als dos tallers han coincidit a prioritzar mesures dirigides a:

- Reforçar la capacitat del consumidor de distingir el producte local vers el producte no local, així com l'interès pel producte local i de temporada. En concret, s'han prioritzat campanyes de sensibilització ciutadana –primera actuació educació, taller agricultura; primera actuació comercialització, taller ramaderia, pesca i aqüicultura– així com activitats educatives en escoles públiques sobre productes de temporada –segona actuació educació, taller agricultura; primera actuació educació, taller ramaderia, pesca i aqüicultura–. Que els participants hagin volgut prioritzar aquestes propostes és coherent amb la identificació com a oportunitat (taules 19 i 20) del creixent interès dels consumidors cap al producte local i de temporada, en particular entre les famílies amb infants.
- Reforçar el lligam entre Ajuntament i sector primari, amb una implicació més intensa del sector en la posada en marxa d'activitats promocionals; i amb la posada en marxa de programes de compra pública per part de l'Ajuntament per a menjadors escolars i servei de càtering municipal –primera actuació comercialització, taller agricultura; primera i segona actuacions governança, taller ramaderia, pesca i aqüicultura–. Tals actuacions troben el seu ressò en l'oportunitat, identificada als dos tallers, que comporta el creixent acostament de l'ajuntament a les necessitats del sector primari (taules 19 i 20).
- Reforçar canals curts de comercialització existents al municipi, com ara el mercat de mar –segona actuació comercialització, taller agricultura–; el vincle entre mercats i restauradors –segona actuació comercialització, taller ramaderia, pesca i aqüicultura–. A la vegada que aquestes actuacions es recolzen en l'oportunitat que comporta el creixent interès de la població cap al producte de proximitat i de temporada, també ho fan en una de les fortaleses del municipi, l'existència d'una potent xarxa de punts de venda de productes locals (taules 19 i 20).

Més enllà d'aquests punts en comú, als tallers s'ha fet èmfasi en diferents tipus d'actuacions. D'una banda, els participants al taller d'agricultura han prioritzat mesures dirigides a garantir la protecció dels espais agraris –primera actuació producció–, i a facilitar l'accés dels joves agricultors a aquests espais –primera i segona actuació governança, segona actuació producció–. Aquesta priorització és coherent amb una de les dificultats recollides al DAFO (taula 19) –difícil accés de l'agricultor jove a la terra–, així com en les amenaces que planen sobre la continuïtat dels espais agraris a Vilanova, a causa de la pressió urbanística i els incentius dels propietaris a derivar la seves parcel·les a finalitats no pròpiament agrícoles.

De l'altra, entre els representants de la pesca i la ramaderia es percep un clar interès per reforçar el caràcter distintiu de la marca Vilanova, amb actuacions dirigides a assegurar la traçabilitat dels productes –primera actuació producció– i a fidelitzar la ciutadania en la compra de productes locals –tercera actuació governança–. La priorització d'aquestes propostes per part dels participants al taller és coherent amb la percepció, manifestada com (debilitat al DAFO, taula 20), que es fa un ús fraudulent de la marca Vilanova, i que tot esforç per implementar segells locals ha de venir acompanyat de controls rutinaris que garanteixin que el producte és local. Així mateix, també és visible el lligam amb la percepció (oportunitat al DAFO, taula 20), que calen mesures de difusió de la marca Vilanova, per treure profit de les oportunitats de difusió que aquesta comporta. A més de les actuacions votades pels representants de la pesca i la ramaderia, cal afegir la proposta del representant dels aqüicultors. Ell proposa que l'ajuntament tingui un paper proactiu en la cerca d'inversors per a la posada en marxa d'activitats d'aqüicultura, de la mà amb d'organismes públics amb àmplia experiència en l'atracció d'activitat empresarial innovadora, com ara ACCIÓ.

Taula 19. DAFO agricultura. Tallers Vilanova

Debilitats	Fortaleses
<b>Grup A: Producció</b>	<b>Grup A: Demanda forta</b>
Manca de terrenys agrícoles (terres en mans de pocs propietaris, petites parcel·les disperses)	Segment de consumidors que aprecien varietats produïdes a Vilanova i el Garraf
Infraestructura mal mantinguda (camins i canals de rec). Falten camins asfaltats. No hi ha plànol topogràfic actualitzat dels canals de rec	Bona demanda dels productes del mercat del centre
Falta desenvolupament normatiu de l'ús dels espais rurals, incloent desenvolupament reglamentari de la llei d'espais agraris de 2019	Proximitat a Barcelona
Poca disponibilitat de proveïdors de material fitosanitari a la zona	
Falta capacitat d'innovació productiva (noves varietats, tècniques de producció)	
<b>Grup B: Comercialització</b>	<b>Grup B: Varietats locals, sistemes de comercialització</b>
Manca de sensibilització social cap a temes d'agricultura a Vilanova (respecte al camp, cultius i producte)	Varietats lligades a la gastronomia local (xató) com l'Escarola Perruqueta i l'Espigall
Falta d'un producte conegut de Vilanova (més enllà de marques no prou conegudes). Poca implementació marca "Origen Garraf" al territori	Facilitat d'accés a canals de venda directa
Els joves no compren directament de l'agricultor (botigues i cooperatives); acostumats a comprar als supermercats	Restauradors que promocionen els productes de Vilanova
	Xarxes i segells de gastronomia local
<b>Grup C: Suport institucional</b>	
Falta d'implicació administració: Activitats promocionals, interlocució activa sobre el terreny. Falta de coneixement sobre temes agrícoles	
Diferències en el suport de l'Ajuntament al mercat del centre i de mar, poc suport als petits negocis fora del mercat	
Falta de mitjans d'inspecció i compliment de la normativa sobre segells (collita pròpia, km0)	
Joves agricultors: Excessiva burocràcia (requisits i condicions) per sol·licitar ajudes	
<b>Amenaces</b>	<b>Oportunitats</b>
<b>Grup A: Producció</b>	<b>Grup A: Interès cap al món agrícola, consum i emprenedoria</b>
Presió urbanística	Creixent interès cap a l'Horta de Vilanova, per part de consumidors locals i barcelonins
Incentius dels propietaris per derivar les seves parcel·les a finalitats no propiament agrícoles	Creixent interès pels productes de temporada
Canvi climàtic (sobretot pel secà però en menor mesura per l'horta)	Creixent interès per la venda directa
Robatoris de cultius	Interès i motivació dels joves cap a l'emprenedoria agrària
<b>Grup B: Comercialització</b>	<b>Grup B: Turisme</b>
Competència cada cop més gran dels supermercats	Turisme rural (visites d'escoles d'educació primària i infantil)
Competència deslleial dels usuaris d'hortes ecològics. Venda no autoritzada, falta de registre sanitari, pagament impostos	
<b>Grup C: Suport institucional</b>	<b>Grup C: Suport institucional</b>
Estantament de l'acostament institucional per part de l'Ajuntament cap al sector	Acostament de l'Ajuntament cap al sector
Risc que la ciutadania no s'identifiqui amb el segell de Vilanova, al haver segells semblants	Segell "produït a Vilanova"

Taula 20. DAFO ramaderia, pesca i aqüicultura. Tallers Vilanova

Debilitats	Fortaleses
<b>Grup A: Producció</b>	<b>Grup A: Producció</b>
Ramaderia: Pressió urbanística limita l'espai per al desenvolupament d'activitats	Pesca: Port ben preparat per a les necessitats del sector pesquer
Ramaderia: Normativa molt exigent i limitant pel desenvolupament de l'activitat	
<b>Grup B: Comercialització</b>	<b>Grup B: Comercialització</b>
Pesca: Falta de sistemes de certificació per assegurar que els productes de mar siguin de Vilanova. Marca Vilanova només visible en peix de grans dimensions	Pesca, ramaderia: Segment del mercat disposat a pagar un plus pel producte de qualitat
Pesca: Pocs punts de venda del peix de Vilanova, horari poc adaptat a la demanda	Pesca: Preu molt competitiu del peix al mercat
Pesca, ramaderia: Pes del factor preu per un segment important dels consumidors	
<b>Grup C: Suport institucional</b>	<b>Grup C: Suport institucional</b>
Pesca: Desconnexió entre la Vilanova marítima i la resta del municipi	Pesca, ramaderia: Mercat del centre amb suport de l'Ajuntament, representa bé al municipi
<b>Amenaces</b>	<b>Oportunitats</b>
<b>Grup A: Producció</b>	<b>Grup A: Comercialització</b>
Pesca: Producte de mar cada cop més petit, i menys captures. Reducció quotes pesca	Pesca: Activitat turística, si bé no embarcacions per limitacions normativa (visites a llotges, degustacions, instal·lacions fixes com ara bateas)
Pesca: Normatives que afecten l'ús futur del mètode d'arrossegament, a causa del seu impacte ambiental	Pesca i ramaderia: Potencial de la marca Vilanova més enllà de la gamba
Pesca: Normativa protectora de la tonyina vermella	Pesca i ramaderia: Segment de famílies amb fills petits (menors de 12 anys), més susceptible de comprar productes locals i de temporada
	Pesca i ramaderia: Percepció que la població vol una tornada als orígens, a la vegada que rebutja tant progrés industrial
	Pesca i ramaderia: Bon producte ecològic, factor diferencial
<b>Grup B: Comercialització</b>	<b>Grup B: Suport institucional</b>
Pesca: Lleugera reducció en el consum de peix, al haver alternatives processades	Pesca: Interès govern municipal d'ajudar al sector i entendre'n les necessitats reals (a falta de fets i actuacions visibles)
Pesca: Falta de confiança i desconeixement de la societat, susceptibilitat notícies mitjans (Exemple: Por presència de microplàstics al peix)	Pesca: Segell "produït a Vilanova" diferencia la producció local d'allò que ve d'altres localitzacions
Pesca: Preferència pel peix de petita grandària (por contaminació mercuri)	
Ramaderia: Factors com preocupació per la salut i alimentació ecològica qüestionen productes càrnics que han estat a Vilanova tota la vida	
Pesca, ramaderia: Competència deslleial supermercats	
Pesca, ramaderia: Els joves busquen productes de conveniència, que requereixin molt poc temps d'elaboració	

Taula 21. Resum actuacions tallers

Taller agricultura			
Actuacions	Primera actuació	Segona actuació	Tercera actuació
<b>Producció</b>	Protegir els espais agraris existents davant del desenvolupament urbanístic	Facilitar la cessió de terres d'agricultors jubilats a joves agricultors	Millorar la infraestructura de rec del pantà de Foix
<b>Comercialització</b>	Compra pública de producció local (municipi) per a menjadors escolars, així com per al servei de càtering de l'Ajuntament, tot incentivant la demanda de productes locals KMO	Desenvolupar activitats de suport al mercat de mar	Realitzar polítiques de suport al petit comerç, fora dels mercats
<b>Educació, patrimoni cultural i turisme</b>	Realitzar campanyes de sensibilització de la ciutadania cap als temes agrícoles	Realitzar activitats educatives en les escoles públiques sobre productes de temporada	Difondre el patrimoni històric del Pantà de Foix
<b>Governança</b>	Desenvolupar el reglament de la llei d'espais agraris de 2019, per tal de crear un marc legal que posi a disposició dels joves superfície agrària útil no utilitzada pels propietaris. Les terres agràries han de ser un bé públic	Facilitar l'accés al terreny agrícola amb la intermediació de l'ajuntament entre els propietaris i nous emprenedors agrícoles. A través de desenvolupament normatiu propi, incentivar que els propietaris arrendin la terra a nous emprenedors agrícoles	Participació més activa de les institucions públiques en els esdeveniments que organitzen els productes, com ara cooperatives, fires o mercats
Taller ramaderia, pesca i aqüicultura			
Actuacions	Primera actuació	Segona actuació	Tercera actuació
<b>Producció</b>	Assegurar el control i verificació de la traçabilitat de la producció pesquera, per tal d'evitar l'ús indegut del nom de Vilanova en els productes	Promoure canals curts de comercialització que incentivin la simbiosi entre productors i comercialitzadors	Donar suport a iniciatives d'innovació al port de Vilanova, que ajudin a diversificar-ne les fonts d'ingressos
<b>Comercialització</b>	Liderar, de forma continuada i no ocasional, campanyes de conscienciació de la ciutadania sobre la cultura de consum de peix fresc de temporada incloent activitats com ara cursos de cuina	Crear un ens (portal, app) que vinculï la llotja amb els mercats i restauradors per millorar la comunicació. L'ens aportaria a mercats i restauradors informació actualitzada sobre l'activitat de llotja (captures per espècie de peix. Difusió continuada de l'ens en xarxes socials, per exemple amb continguts d'Instagram (imatges plats de cuina marinera, espècies de peix, vaixells entrant i sortint del port)	Introduir noves tecnologies al mercat, que facilitin que la gent compri
<b>Educació, patrimoni cultural i turisme</b>	Promoure activitats educatives que ajudin a fomentar la compra freqüent de producte local i de temporada, i en quantitats adequades per al consum setmanal, tot evitant el malbaratament alimentari	Promocionar la introducció de continguts educatius sobre el producte de temporada i de proximitat (tallers, sortides educatives, cursos)	Centrar les accions educatives sobre producte local i de temporada en famílies amb infants menors de 12 anys. Pares i mares estaran especialment interessats en la bona alimentació dels seus infants, i serà més fàcil inculcar nous gustos entre els infants
<b>Governança</b>	Reforçar el vincle entre ajuntament i sector, en les activitats de promoció d'aquest	Millorar la difusió de les activitats promocionals de l'Ajuntament i NODE Garraf, amb una implicació més àmplia i difosa en aquestes activitats de productors, establiments comercialitzadors i restauradors	Crear, lligat a un segell de Vilanova, un carnet de fidelització de productes de consum local que permeti acumular punts per cada compra. A canvi, la ciutadania podria rebre descomptes i premis

# TERCERA PART: CALENDARI D'ACTUACIONS PER AL PLA

## CONCLUSIONS: PROPOSTES D'ACTUACIÓ PER AL PLA DEL SECTOR PRIMARI

El present informe ha emprat una metodologia de recerca de mètode mixt, combinant tècniques de recerca qualitatives -anàlisi de documents, entrevistes, tallers participatius- i de recerca quantitativa -anàlisi d'estadístiques, realització d'un estudi exploratori sobre la percepció de la població pel que fa a la imatge de la marca "Vilanova i la Geltrú"- . Aquesta secció conclou l'estudi, amb les principals propostes d'actuació resultants de la recerca, i que haurien d'ajudar al desenvolupament i implementació del Pla Estratègic per a la Dinamització del Sector Primari a Vilanova i la Geltrú.

Les propostes, doncs, s'organitzen en tres terminis (1 any, 2 anys, 5 anys). A l'hora de distribuir les propostes d'actuació en aquests terminis, s'ha tingut en compte, d'una banda, el grau de prioritització establert pels participants als tallers participatius; i, de l'altra, la factibilitat d'implementar la proposta d'actuació. D'aquesta manera, es dona compliment a l'objectiu 6 de l'informe –definir els criteris de prioritització i mesura d'assoliment de les accions (indicadors)–.

A continuació, es presenten les propostes d'actuació, per cada un dels àmbits inclosos als tallers participatius, així com els indicadors per mesurar-ne el grau d'implementació. Aquestes propostes es presenten, de forma més resumida, a les taules 22 i 23, i en un diagrama Gantt (taula 24). També s'inclou una estimació de les inversions necessàries per a la seva implementació, així com informació sobre les fonts de finançament que podrien ajudar a finançar-les, en aquells casos on ha estat possible localitzar-la.

### PROPOSTES ÀMBIT PRODUCCIÓ

#### Actuacions a 1 any

- Realitzar actuacions de manteniment i millora en la infraestructura de camins agraris (**també a 2 anys**)
  - Indicador: Nombre de quilòmetres de camins agraris amb actuacions de manteniment
  - Inversió estimada alta, recursos propis i externs: Actuacions en infraestructures físiques, contractació d'empreses per aquesta tasca, hores personal ajuntament

#### Actuacions a 2 anys

- Protegir els espais agraris existents davant del desenvolupament urbanístic. Implementació d'actuacions, en el planejament urbanístic municipal (POUM), que contribueixin a la preservació de l'espai agrari.

- Indicador: Percentatge de sòl agrícola. Font de dades: Estudis “Usos del sòl a l'àrea i a la regió metropolitana de Barcelona”, AMB<sup>xcii</sup>
- Inversió estimada baixa, recursos propis: Hores personal ajuntament en manteniment i augment de la superfície agrícola protegida, aprofitant els treballs del POUM
- Facilitar la cessió de terres d'agricultors jubilats a joves agricultors. Intermediació municipal per tal d'incentivar el traspàs Inter-generacional de les terres. Inclou actuacions com ara l'arrendament de la terra per part de l'Ajuntament, donant al propietari la seguretat de recuperar-la sense cost afegit **(també a 5 anys)**.
  - Indicador: Nombre d'hectàrees que han passat d'agricultors jubilats a joves agricultors
  - Inversió estimada mitjana, recursos propis: Hores personal ajuntament en negociacions amb propietaris, pressupost municipal dirigit a finançar acords d'arrendament terrenys Ajuntament-propietaris
- Assegurar el control i verificació de la traçabilitat de la producció pesquera, per tal d'evitar l'ús indegut de la marca Vilanova als productes. Inclou actuacions d'inspecció més freqüents, així com mesures que incentivin l'ús de la certificació
  - Indicador: Percentatge del volum de captures al port de Vilanova que compta amb una certificació de producte de Vilanova
  - Possible font de finançament: Convocatòria de subvencions per fomentar i impulsar la sostenibilitat pesquera i aquícola en el marc del Programa Pleamar<sup>xciii</sup>
  - Inversió estimada mitjana, recursos propis (i possiblement externs): Hores personal (municipal o no) dedicat a inspeccionar la traçabilitat de les captures

### Actuacions a 5 anys

- Millorar la infraestructura de rec del pantà de Foix. Reparació de canalitzacions malmeses, actuacions de manteniment més freqüents
  - Indicador: Nombre de quilòmetres de canals de rec renovats
  - Inversió estimada alta, recursos propis i externs: Actuacions en infraestructures físiques, contractació d'empreses per aquesta tasca, hores personal ajuntament
  - Possible font de finançament: Ajuts corresponents a l'any 2021 destinats a les comunitats de regants per a la millora i modernització de les xarxes de regadius en el marc del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2014-2020<sup>xciv</sup>
- Donar suport a iniciatives d'innovació al port de Vilanova, que ajudin a diversificar-ne les fonts d'ingressos. Aquestes actuacions poden incloure el desenvolupament de noves línies de producte (valorització subproductes pesca)

- Indicador: Nombre d'iniciatives d'innovació al port, que s'han dissenyat i implementat al port amb suport financer i material de l'Ajuntament
- Possible font de finançament: Convocatòria de subvencions per fomentar i impulsar la sostenibilitat pesquera i aqüícola en el marc del Programa Pleamar<sup>xcv</sup>
- Inversió estimada mitjana, recursos propis i externs: Ús de recursos econòmics propis per finançar els projectes d'innovació al port, hores personal ajuntament dirigides a la cerca de finançament extern

## PROPOSTES ÀMBIT COMERCIALITZACIÓ

### Actuacions a 1 any

- Promoure campanyes de conscienciació sobre el consum de productes de temporada i locals als menjadors escolars, amb l'organització de visites de productors locals als menjadors
  - Indicador: Nombre de productors locals que visiten les escoles/trimestre
  - Inversió estimada baixa, recursos propis: Hores personal ajuntament en coordinació amb productors locals i escoles
- Liderar, de forma continuada, campanyes de conscienciació sobre el consum de peix fresc de temporada, amb activitats com ara cursos de cuina
  - Indicador: i) Nombre de persones que han participat en accions promocionals (tallers, debats, activitats educatives, accions de ciència ciutadana). ii) Nombre d'actors cadena valor alimentària que hi han participat (productors, comercialitzadors, restauradors). iii) Nombre d'impactes en premsa de les accions
  - Inversió estimada baixa, recursos propis i externs: Hores personal ajuntament en coordinació amb agents cadena valor peix; contractació empresa comunicació
- Desenvolupar activitats de promoció dels mercats municipals en especial el mercat de mar, i a petits comerços fora dels mercats
  - Indicador: i) Nombre de persones que han participat en accions promocionals (tallers, debats, activitats educatives, accions de ciència ciutadana). ii) Nombre d'actors cadena valor alimentària que hi han participat. iii) Nombre d'impactes en premsa de les accions
  - Inversió estimada baixa, recursos propis: Hores personal ajuntament en coordinació amb comerciants mercats i petits comerços, organització esdeveniments presencials

### Actuacions a 2 anys

- Crear un sistema (portal, app) que vinculi llotja amb mercats i restauradors per millorar la comunicació. L'ens aportaria a mercats i restauradors informació actualitzada sobre l'activitat de la llotja, i el volum de captures
  - Indicador: i) Nombre de comerciants mercats i restauradors que empenen el portal o l'app. ii) Nombre mitjà d'usos/mes
  - Possible font de finançament: Convocatòria projecte DigiCIRC a consorcis de Pimes i start-ups per implementar innovacions en circularitat i sostenibilitat en l'economia blava<sup>xcvi</sup>
  - Inversió estimada mitjana, recursos propis i externs: Contractació d'un proveïdor per a la posada en marxa i manteniment del portal web i/o l'app; hores personal ajuntament en coordinació amb agents de la cadena de valor abans, durant i després de la posada en marxa del servei (inputs per a la millora d'aquest)
- Introduir noves tecnologies al mercat, que facilitin que la gent compri (app per compra amb telèfon intel·ligent, funcions addicionals de carnet de fidelització)
  - Indicador: i) Introducció i implementació d'una app de fidelització. ii) Nombre usuaris i interaccions mensuals/usuari
  - Inversió estimada mitjana, recursos propis i externs: Contractació d'un proveïdor per a la posada en marxa i manteniment de l'app; hores personal ajuntament en coordinació amb agents de la cadena de valor abans, durant i després de la posada en marxa del servei, enquesta consumidors (inputs per a la millora d'aquest)

---

## PROPOSTES ÀMBIT EDUCACIÓ, PATRIMONI CULTURAL I TURISME

### Actuacions 1 any

- Promoure activitats educatives que ajudin a fomentar la compra freqüent de producte local i de temporada en quantitats adequades per evitar el malbaratament alimentari. Focus especial en implicar alumnes d'educació infantil i primària, així com els seus pares (públic receptor a alimentació sana i de proximitat)
  - Indicador: i) Nombre d'alumnes que han participat en les accions. ii) Nombre d'actors cadena de valor alimentària que hi ha participat. iii) Nombre d'impactes en premsa de les accions
  - Inversió estimada baixa, recursos propis i externs: Organització de les activitats formatives, amb recursos propis (hores personal ajuntament) o externs (contractació proveïdor servei)

- Possible font de finançament: Ajuts del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2014-2020 destinats a les inversions relatives a la transformació i comercialització d'aliments<sup>xcvii</sup>
- Realitzar campanyes de sensibilització ciutadana que despertin interès cap a l'estil de vida del primer sector. Inclou trobades presencials on es faciliti el contacte directe amb productors; així com accions de difusió en premsa i xarxes socials
  - Indicador: i) Nombre de persones que han participat en accions de sensibilització ciutadana (tallers, debats, activitats educatives, accions de ciència ciutadana). ii) Nombre de productors que hi ha participat. iii) Nombre d'impactes en premsa de les accions
  - Inversió estimada baixa, recursos propis i possiblement també externs: Hores personal ajuntament en realització de les accions en coordinació amb agents primer sector; contractació empresa comunicació (si s'escau)
  - Possible font de finançament: Ajuts del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2014-2020 destinats a les inversions relatives a la transformació i comercialització d'aliments<sup>xcviii</sup>

#### Actuacions a 2 anys

- Promoure la introducció en el currículum escolar de continguts sobre el producte local i de temporada; en particular alumnes d'educació infantil i primària (**també als 5 anys**)
  - Indicador: i) Nombre d'alumnes que han participant en les accions. ii) Nombre d'actors cadena de valor alimentària que hi ha participat. iii) Nombre d'impactes en premsa de les accions
  - Inversió estimada baixa, recursos propis: Hores personal ajuntament en coordinació entre regidores per la introducció al currículum escolar de continguts sobre el producte local i de temporada, dins de l'educació infantil i primària
  - Possible font de finançament: Ajuts del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2014-2020 destinats a les inversions relatives a la transformació i comercialització d'aliments<sup>xcix</sup>

#### Actuacions a 5 anys

- Difondre el patrimoni històric i cultural del primer sector al municipi. Inclou actuacions presencials (rutes turístiques); així com accions de difusió en premsa i xarxes socials
  - Indicador: i) Nombre de persones que han participat en accions promocionals (tallers, debats, activitats educatives, accions de ciència ciutadana). ii) Nombre d'horticultors que hi ha participat. iii) Nombre d'impactes en premsa de les accions

- Inversió estimada alta, recursos propis i externs: Actuacions en infraestructures físiques, contractació d'empreses per aquesta tasca, hores personal ajuntament

---

## PROPOSTES ÀMBIT GOVERNANÇA

### Actuacions a 1 any

- Reforçar vincle ajuntament-sector, en les activitats de promoció organitzades per productors, comercialitzadors i restauradors com ara cooperatives, fires i mercats (**també a 2 anys**)
  - Indicador: Grau de satisfacció actors cadena valor, vers participació ajuntament en activitats promoció
  - Inversió estimada baixa, recursos propis: Hores personal ajuntament en reunions de coordinació amb agents cadena de valor; possibilitat de canvis en rutines de col·laboració amb agents cadena de valor (detecció d'aquelles rutines que calgui modificar per tal de facilitar coordinació Ajuntament-cadena valor)
  - Possible font de finançament: Ajuts del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2014-2020 destinats a les inversions relatives a la transformació i comercialització d'aliments<sup>c</sup>

### Actuacions a 2 anys

- Implementar un segell de productes de Vilanova, i un carnet de fidelització vinculat a aquest. Ambdós gestionats per una entitat creada pels productors
  - Indicador: i) Nombre d'actors cadena valor alimentària que utilitzen el segell. ii) Nombre usuaris del carnet de fidelització i mitjana interaccions mensuals/usuari
  - Inversió estimada mitjana, recursos propis i externs: Hores personal ajuntament en coordinació amb agents cadena de valor per a l'establiment del segell i el carnet de fidelització, seguiment de la implementació d'aquest; contractació de proveïdors per a serveis relacionats (comunicació)
  - Possible font de finançament: Ajuts del Programa de desenvolupament rural de Catalunya 2014-2020 destinats a les inversions relatives a la transformació i comercialització d'aliments<sup>ci</sup>
- Facilitar accés terreny agrícola amb intermediació ajuntament entre propietaris i nous emprenedors agraris; tot incentivant que els propietaris arrendin la terra a nous emprenedors agrícoles. Inclou actuacions com ara l'arrendament de la

terra per part de l'Ajuntament, donant al propietari la seguretat de recuperar-la sense cost afegit (**també a 5 anys**)

- Indicador: Nombre d'hectàrees de propietaris, que han passat a ser llogades per joves agricultors
- Inversió estimada mitjana, recursos propis: Hores personal ajuntament en negociacions amb propietaris, pressupost municipal dirigit a finançar acords d'arrendament terrenys Ajuntament-propietaris
- Millorar difusió activitats promocionals Ajuntament i altres actors del territori, amb una implicació més àmplia i difosa en aquestes activitats dels actors de la cadena de valor alimentària
  - Indicador: i) Nombre de agents cadena valor alimentària que participen en accions liderades per l'Ajuntament i altres actors del territori. ii) Nombre d'impactes en premsa de les accions
  - Inversió estimada baixa, recursos propis: Hores personal ajuntament en negociacions amb propietaris, pressupost municipal dirigit a finançar acords d'arrendament terrenys Ajuntament-propietaris

#### **Actuacions a 5 anys**

- Desenvolupar reglament de la Llei d'espais agraris de 2019, marc legal que posi a disposició joves superfície agrària no utilitzada
  - Indicador: Implementació del reglament, sí/no (depèn de desenvolupament normatiu escala supramunicipal)
  - Inversió estimada baixa, recursos propis: Hores personal ajuntament dirigides a col·laborar amb altres administracions, municipals o no, per tal d'assolir el desenvolupament reglamentari de la Llei

Taula 22. Proposta de calendari d'actuacions. Producció, Comercialització

Actuacions	1 any		2 anys		5 anys				
	Indicadors	Inversió estimada	Indicadors	Inversió estimada	Indicadors	Inversió estimada			
Producció	Realitzar actuacions de manteniment i millora en la infraestructura de camins agraris (també a 2 anys)	Nombre de quilòmetres de camins agraris amb actuacions de manteniment	Alta, recursos propis i externs. Actuacions en infraestructures físiques, contractació d'empreses per aquesta tasca, hores personal ajuntament	Protegir els espais agraris existents davant del desenvolupament urbà, amb el POUIM	Percentatge de sòl agrícola. Font de dades: Estudis "Usos del sòl a l'aire i a la regió metropolitana de Barcelona", AMB	Baixa, recursos propis: Hores personal ajuntament en manteniment i augment de la superfície agrícola protegida, aprofitant els treballats del POUIM	Miliorar la infraestructura de rec del pantà de Fox	Nombre de quilòmetres de canals de renovats	Alta, recursos propis i externs. Actuacions en infraestructures físiques, contractació d'empreses per aquesta tasca, hores personal ajuntament
	Promoure campanyes de conscienciació sobre el consum de productes de temporada i locals als menjadors escolars, amb l'organització de visites de productors locals als menjadors	Nombre de productors locals que visiten les escoles/trimestre	Baixa, recursos propis: Hores personal ajuntament en coordinació amb productors locals i escoles	Crear un sistema (portal web, app) que vinculi hotels i agricultors amb menjadors i restauradors per millorar la comunicació i l'establiment de canals curts de comercialització	(i) Nombre de pescadors i agricultors que empen el portal i/o app. (ii) Nombre de comerciants mercats i restauradors que empen el portal o l'app. (iii) Nombre mitjà d'usos/mes	Mitjana, recursos propis i externs: Provedor per a la posada en marxa i manteniment del portal web i/o l'app, hores personal ajuntament en coordinació amb agents de la cadena de valor			
Comercialització	Liderar, de forma continuada, campanyes de conscienciació sobre el consum de peix fresc de temporada	(i) Nombre de persones que han participat en accions promocionals. (ii) Nombre d'actors cadena valor alimentària que hi han participat. (iii) Nombre d'impactes en premsa de les accions	Baixa, recursos propis i externs: Hores personal ajuntament en coordinació amb agents cadena valor peix, contractació empresa comunicació	Introduir noves tecnologies al mercat, que facilitin que la gent compri, com ara una app de fidelització	(i) Introducció i implementació d'una app de fidelització. (ii) Nombre usuaris i interaccions mensuals/usuari	Mitjana, recursos propis i externs: Provedor per a la posada en marxa i manteniment de l'app, hores personal ajuntament en coordinació amb agents de la cadena de valor, enquesta consumidors			
	Desenvolupar activitats de promoció dels mercats municipals en especial el mercat de mar, i a petits comerços fora dels mercats	(i) Nombre de persones que han participat en accions promocionals. (ii) Nombre d'actors cadena valor alimentària que hi han participat. (iii) Nombre d'impactes en premsa	Baixa, recursos propis: Hores personal ajuntament en coordinació amb comerciants mercats i petits comerços, organització esdeveniments presencials						

**Taula 23. Proposta de calendari d'actuacions. Educació, patrimoni cultural i turisme; Governança**

Actuacions	1 any		Indicadors		Inversió estimada		2 anys		Indicadors		Inversió estimada		5 anys		Indicadors		Inversió estimada	
Educació, patrimoni cultural i turisme	Promoure activitats educatives que ajudin a fomentar la compra freqüent de producte local i de temporada en quantitats adequades per evitar el malbaratament alimentari		i) Nombre d'alumnes que han participat en les accions. ii) Nombre d'actors cadena de valor alimentària que hi ha participat. iii) Nombre d'impactes en pensaments de les accions		Baixa, recursos propis i externs. Organització de les activitats formatives, amb recursos propis (hores personal ajuntament) o externs (proveïdor servei)		Promoure la introducció en el currículum escolar de continguts sobre el producte local i de temporada, en particular alumnes en educació infantil i primària (també a 5 anys)		i) Nombre d'alumnes que han participat en les accions. ii) Nombre d'actors cadena de valor alimentària que hi ha participat. iii) Nombre d'impactes en pensaments de les accions		Baixa, recursos propis: Hores personal ajuntament en coordinació amb regidors per la introducció al currículum escolar de continguts sobre el producte local i de temporada		Difondre el patrimoni històric i cultural del primer sector al municipi. Actuacions preencials, difusió en premsa i xarxes socials		i) Nombre de persones que han participat en accions promocionals. ii) Nombre d'horticultors que hi ha participat. iii) Nombre d'impactes en premsa de les accions		Alta, recursos propis i externs: Actuacions en infraestructures físiques, contractació d'empreses per aquesta tasca, hores personal ajuntament	
	Realitzar campanyes de sensibilització ciutadana que despertin interès cap a l'estil de vida del primer sector		i) Nombre de persones que han participat en accions de sensibilització ciutadana. ii) Nombre de productors que hi ha participat. iii) Nombre d'impactes en pensaments de les accions		Baixa, recursos propis i externs (?). Hores personal ajuntament en realització de les accions en coordinació amb agents primer sector. Contractació empresa comunicació (si s'escau)		Implementar un segell de productes de Vilanova, i un carnet de fidelització vinculat a aquest. Ambdós gestionats per una entitat creada pels productors		i) Nombre d'actors cadena de valor alimentària que utilitzen el segell. ii) Nombre usuaris del carnet de fidelització i mitjana mensuals/usuari interaccions		Mitjana, recursos propis i externs: Hores personal ajuntament en coordinació amb agents cadena de valor segell i carnet de fidelització; proveïdors per a serveis relacionats (comunicació)		Desenvolupar reglament de la llei d'espais agraris de 2019, marc legal que posi a disposició joves superfície agrària no utilitzada		Implementació del reglament, si/no (depen de desenvolupament normatiu escala supramunicipal)		Baixa, recursos propis: Hores personal ajuntament dirigides a col·laborar amb altres administracions, municipals o no, per tal d'assolir el desenvolupament reglamentari de la llei	
Governança	Reforçar vincle ajuntament-sector, en les activitats de promoció organitzades per actors cadena de valor (també a 2 anys)		Grau de satisfacció actors cadena valor, vers participació ajuntament en activitats promoció		Baixa, recursos propis: Hores personal ajuntament en reunions de coordinació amb agents cadena de valor; possibilitat de canvis en rutines de col·laboració amb agents cadena de valor		Millorar difusió activitats promocionals Ajuntament i altres ens territori, amb una implicació més àmplia i difosa en aquestes activitats dels actors de la cadena de valor alimentària		i) Nombre de agents cadena valor alimentària que participen en accions liderades per l'Ajuntament i/o altres actors territori. ii) Nombre d'impactes en premsa de les accions		Baixa, recursos propis: Hores personal ajuntament en reunions de coordinació amb agents cadena de valor i actors territori; possibilitat de canvis en rutines de col·laboració							
					Intermediació ajuntament, propietaris-nous emprenedors agraris. Arrendament de la terra per part de l'Ajuntament, donant la seguretat de recuperar-la sense cost afegit (també a 5 anys)		Nombre d'hectàrees de propietaris, que han passat a ser llogades per joves agricultors		Mitjana, recursos propis: Hores personal ajuntament en negociacions amb propietaris, pressupost municipal dirigit a finançar acords d'arrendament terrenys ajuntament-propietaris									

Taula 24. Proposta de calendari d'actuacions, diagrama Gantt

Àmbit	Actuacions	1 any	2 anys	5 anys
Producció	Actuacions de manteniment i millora en la infraestructura de camins agraris			
	Planejament urbanístic municipal (POUM), preservar espai agrari			
	Intermediació Ajuntament agricultors jubilats-joves agricultors			
	Assegurar el control i verificació de la traçabilitat de la producció pesquera			
	Millorar la infraestructura de rec del pantà de Foix			
	Donar suport a iniciatives d'innovació al port de Vilanova			
Comercialització	Campanyes de conscienciació sobre el consum de producte local a menjadors escolars			
	Campanyes de conscienciació sobre el consum de peix fresc de temporada			
	Activitats de promoció dels mercats municipals en especial el mercat de mar, i petits comerços			
	Portal o app que vinculi llotja amb mercats i restauradors per comunicació			
	Introduir noves tecnologies al mercat, que facilitin que la gent compri			
Educació, patrimoni cultural i turisme	Activitats educatives, foment compra freqüent de producte local i de temporada			
	Campanyes de sensibilització ciutadana, estil de vida del primer sector			
	Currículum escolar, continguts sobre el producte local i de temporada			
	Promoure patrimoni històric i cultural primer sector. Activitats presencials (rutes turístiques)			
Governança	Reforçar vincle ajuntament-sector, en activitats de promoció del sector			
	Implementar un segell de productes Vilanova i carnet de fidelització			
	Intermediació Ajuntament propietaris-joves agricultors			
	Millorar difusió activitats promocionals Ajuntament i altres ens del territori			
	Reglament llei d'espais agraris 2019, ús disposició superfície agrària no utilitzada			

- 
- <sup>i</sup> Informe *El sector primari a Vilanova i la Geltrú*, Ajuntament de Vilanova i la Geltrú. Regidoria de Promoció Econòmica, Projectió de Ciutat i Patrimoni Cultural (cedit per l'Ajuntament)
- <sup>ii</sup> Informe *Primer sector d'activitat econòmica de Vilanova i la Geltrú. Propostes d'acció estratègiques per a la legislatura 2019-23*. Regidoria de Promoció Econòmica, Projectió de Ciutat i Patrimoni Cultural (cedit per l'Ajuntament)
- <sup>iii</sup> CCPAE, Base de dades de superfícies en agricultura ecològica:  
[http://www.ccpae.org/index.php?option=com\\_content&task=view&id=400&Itemid=232&lang=ca\\_ES#.YBGWLuhKhPY](http://www.ccpae.org/index.php?option=com_content&task=view&id=400&Itemid=232&lang=ca_ES#.YBGWLuhKhPY)
- <sup>iv</sup> Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació, estadístiques de pesca:  
[http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/pesca/dar\\_estadistiques\\_pesca\\_subhastada/](http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/pesca/dar_estadistiques_pesca_subhastada/)
- <sup>v</sup> Informes de Índex Federació Empresarial del Gran Penedès de competitivitat de les comarques, edicions 2017-2020: <https://www.fegp.cat/index.php/comunicacio/estudis/indicadors-economicos>
- <sup>vi</sup> Comissió Europea, Futur de la política agrícola comuna: [https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/future-cap\\_es](https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/future-cap_es)
- <sup>vii</sup> Comissió Europea, Comunicat de premsa sobre el Fons Europeu Marítim i Pesca 2021-2027:  
[https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP\\_18\\_4104](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/es/IP_18_4104)
- <sup>viii</sup> Comissió Europea, Estratègia de la granja a la taula: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/actions-being-taken-eu/farm-fork\\_es](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/actions-being-taken-eu/farm-fork_es)
- <sup>ix</sup> Comissió Europea, Estratègia de la biodiversitat: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/actions-being-taken-eu/eu-biodiversity-strategy-2030\\_es](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/actions-being-taken-eu/eu-biodiversity-strategy-2030_es)
- <sup>x</sup> Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació. Pla Estratègic d'Espanya per a la PAC post 2020:  
<https://www.mapa.gob.es/es/pac/post-2020/>
- <sup>xi</sup> Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació. Pla Estratègic d'Alimentació de Catalunya:  
<http://agricultura.gencat.cat/ca/ambits/alimentacio/consell-catala-alimentacio/pla-estrategic-alimentacio-catalunya/>
- <sup>xii</sup> Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca i Alimentació. Estratègia Marítima de Catalunya:  
<http://agricultura.gencat.cat/ca/detalls/Article/Impulsem-lEstrategia-Maritima-per-a-Catalunya>
- <sup>xiii</sup> Consell Comarcal del Garraf, Pla de desenvolupament econòmic i social del Garraf 2014-2020:  
<http://www.ccgarrar.cat/el-consell/el-consell-pla-desenvolupament.htm>
- <sup>xiv</sup> NODE Garraf, Pla Estratègic d'Activitat Econòmica del Garraf: <https://plaestrategic.cat/>
- <sup>xv</sup> NODE Garraf. Estratègia "Turisme Gourmet", presentació i signatura de convenis:  
<https://www.nodegarraf.cat/estrategia-turisme-gourmet-%C2%B7-presentacio-i-signatura-de-convenis/>
- <sup>xvi</sup> Ajuntament de Vilanova i la Geltrú, Pla d'Actuació Municipal: <https://www.vilanova.cat/pam/pam2019-2023/Eix.aspx?ei=8>
- <sup>xvii</sup> El pressupost total per a Horizon Europe és de 84,9 mil milions, incloent l'instrument NextGenerationEU:  
[https://ec.europa.eu/info/publications/eus-next-long-term-budget-nextgenerationeu-key-facts-and-figures\\_en](https://ec.europa.eu/info/publications/eus-next-long-term-budget-nextgenerationeu-key-facts-and-figures_en)
- <sup>xviii</sup> Capaç de plantejar solucions i alternatives a problemes que afectin la sostenibilitat futura del sistema.
- <sup>xix</sup> NODE Garraf, Quadern Blanc de l'Economia del Garraf: <https://www.nodegarraf.cat/recursos/simposi-garraf/quadern-blanc-de-leconomia-del-garraf/>
- <sup>xx</sup> NODE Garraf, Quadern Taronja de l'Economia del Garraf: <https://www.nodegarraf.cat/el-quadern-taronja-del-garraf-proposa-una-nova-economia/>

- <sup>xxi</sup> Indirectament, un major aprofitament del valor paisatgístic i cultural de la comarca ajudaria a desenvolupar noves oportunitats de valorització per al sector primari, per exemple per la via de l'agroturisme.
- <sup>xxii</sup> Agència de desenvolupament del Garraf
- <sup>xxiii</sup> NODE Garraf (setembre de 2020). *Es presenta Garraf Gastronòmic, per l'impuls del turisme gourmet*: <https://www.nodegarraf.cat/es-presenta-garraf-gastronomic-per-limpuls-del-turisme-gourmet/>
- <sup>xxiv</sup> Origen Garraf (desembre de 2020). *El Garraf aposta per una estratègia de turisme gourmet*: <https://www.origengarraf.com/garraf-aposta-estrategia-turisme-gourmet/>
- <sup>xxv</sup> NODE Garraf (juny de 2020). *Informe Origen Garraf 1*: [https://issuu.com/agenciadesenvolupament/docs/origen\\_garraf\\_01](https://issuu.com/agenciadesenvolupament/docs/origen_garraf_01)
- <sup>xxvi</sup> Consell Comarcal del Garraf. Projecte "Garraf: camins, patrimoni i natura": <http://www.ccgarrat.cat/pl132/cataleg-de-serveis/id91/garraf-camins-patrimoni-i-natura.htm>
- <sup>xxvii</sup> Parc Agrari del Baix Llobregat (2009). *Pla d'Actuacions 2010-2011*: <https://parcs.diba.cat/web/baixllobregat/pla-gestio-i-desenvolupament>
- <sup>xxviii</sup> Presentació sobre el Parc de Gallecs, *Encuentro de Pueblos y Ciudades por la Sostenibilidad 2019*: [http://www.conama.org/conama/download/files/conamalocal2019/STs%202019/231503\\_ppt\\_AGarc%EDA.pdf](http://www.conama.org/conama/download/files/conamalocal2019/STs%202019/231503_ppt_AGarc%EDA.pdf)
- <sup>xxix</sup> Ayuntamiento de Denia, 2018. *Diagnóstico y Plan de Acción Denia & Marina Alta #TastingLife*: <https://deniacreative.city/diagnostico-y-plan-de-accion-deniamarina-alta-tastinglife/>
- <sup>xxx</sup> Centro de Estudios Ambientales – Estrategia Agroalimentaria de Vitoria-Gasteiz: [https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/was/contenidoAction.do?idioma=es&uid=u6d939fe2\\_1523968eb86\\_\\_7e24](https://www.vitoria-gasteiz.org/wb021/was/contenidoAction.do?idioma=es&uid=u6d939fe2_1523968eb86__7e24)
- <sup>xxxi</sup> Segons la pàgina web del Consell del Parc Agrari de Gallecs (<http://www.espairuralgallecs.cat/ca/que-es/l-espairural-3/index.htm>), el segon municipi és el de Santa Perpètua de Mogoda, que ocupa el 16% de la superfície del parc.
- <sup>xxxii</sup> Informació dels plans d'actuació municipal: <https://www.molletvalles.cat/continguts/lajuntament/pla-dactuacio-de-mandat-2019-2023/>
- <sup>xxxiii</sup> Document del manifest: <http://agroalimentariosostenible.blogspot.com/>
- <sup>xxxiv</sup> CEA (2015). Hacia una estrategia agroalimentaria sostenible para Vitoria-Gasteiz. Materiales básicos para un diagnóstico participativo: <https://www.vitoria-gasteiz.org/docs/wb021/contenidosEstaticos/adjuntos/eu/45/65/64565.pdf>
- <sup>xxxv</sup> CEA (2016). Hacia una estrategia agroalimentaria sostenible para Vitoria-Gasteiz. Proceso participativo, conclusiones: <https://www.vitoria-gasteiz.org/docs/wb021/contenidosEstaticos/adjuntos/es/81/79/68179.pdf>
- <sup>xxxvi</sup> Estrategia Agroalimentaria de Vitoria-Gasteiz. Plan de acción municipal 2017-2025: <https://www.vitoria-gasteiz.org/docs/wb021/contenidosEstaticos/adjuntos/es/74/38/77438.pdf>
- <sup>xxxvii</sup> Aquest consell, format per representants de l'administració pública, la cadena alimentària i organitzacions de promoció de bons hàbits alimentaris, està dirigit pel vice-president de l'àrea metropolitana encarregat de l'àrea de resiliència alimentària, així com per un representant del consell extern a l'administració pública.
- <sup>xxxviii</sup> Informació sobre el pla d'acció del Consell Assessor d'Alimentació Sostenible de Bordeus: <https://letsfoodideas.com/en/initiative/the-advisory-council-for-sustainable-food-governance-ccgad-of-bordeaux-metropole/>
- <sup>xxxix</sup> Informe "Qui alimenta Bristol? Cap a un pla d'alimentació resilient": <https://bristolgreencapital.org/who-feeds-bristol-towards-a-resilient-food-plan/>
- <sup>xl</sup> Informació sobre el Bristol Food Policy Council: <https://bristolfoodpolicycouncil.org/about/>
- <sup>xli</sup> Bristol 2015 European Green Capital, *How to become a more sustainable food city*: [shorturl.at/cluHU](http://shorturl.at/cluHU)
- <sup>xlii</sup> Bristol Food Policy Council, *Pla d'Alimentació de Qualitat 2015-2018*: <https://bristolfoodpolicycouncil.org/bristols-good-food-action-plan-2015-2018-now-released/>

- <sup>xliii</sup> Documentació sobre l'estratègia de Ghent, "Gent en Garde": <https://stad.gent/en/city-structure/food-strategy-ghent-gent-en-garde>
- <sup>xliiv</sup> Ghent ha participat, a més a més, en projectes internacionals de promoció de l'alimentació sostenible, com "Food Smart Cities for Development (<https://wfto-europe.org/food-smart-cities-for-development-eyd-2015/>), i és membre de xarxes com el Milan Urban Food Policy Pact (<https://www.milanurbanfoodpolicypact.org/>). La participació en aquests projectes ha permès que Ghent hagi adquirit una experiència valuosa en el disseny polítiques d'alimentació sostenible.
- <sup>xliv</sup> Més informació a: <https://eu-refresh.org/framework-action-spain>
- <sup>xlvi</sup> Més informació a: <https://eu-refresh.org/evaluation-framework-action-innovation-projects>
- <sup>xlvii</sup> Més informació a: <https://salutpublica.gencat.cat/ca/detalls/Article/Saprova-la-nova-Llei-de-prevencio-de-les-perdues-i-el-malbaratament-alimentaris-a-Catalunya>
- <sup>xlviii</sup> Més informació a: [https://www.youtube.com/watch?v=tc2jWm4xHTw&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=tc2jWm4xHTw&feature=emb_logo)
- <sup>xlix</sup> Més informació a: <https://escolescontraelmalbaratament.blogspot.com/>
- <sup>l</sup> Més informació a: [https://www.youtube.com/watch?v=tc2jWm4xHTw&feature=emb\\_logo](https://www.youtube.com/watch?v=tc2jWm4xHTw&feature=emb_logo)
- <sup>li</sup> Informe consultora Agro3 sobre l'estat del sector primari a Vilanova.
- <sup>lii</sup> Deltell, Bernat (maig de 2005). *La fi de la sínia*: <https://www.eixdiari.cat/cultura/doc/13728/la-fi-de-la-sinia.html>
- <sup>liii</sup> Claver, M., Lacuesta, R., Marsé, J., Pujol, J. M., Vilamala, I. (2010). *Inventari del Patrimoni històric, Arquitectònic i Ambiental de Vilanova i La Geltrú (Garraf)*: [https://www.diba.cat/spal/inventari\\_v\\_i\\_g](https://www.diba.cat/spal/inventari_v_i_g)
- <sup>liiv</sup> Parada Pujadas J. Ortuño, Mercat del Centre de Vilanova: <https://www.eixdiari.cat/serveis/guia/mercat-del-centre-pujadas-ortuno.html#sec-inici>
- <sup>liv</sup> Informe consultora Agro3 sobre l'estat del sector primari a Vilanova.
- <sup>lvi</sup> NODE Garraf, cellers inscrits a Garraf Turisme: <https://www.garrafturisme.cat/gastronomia-i-enoturisme/cellers/>
- <sup>lvii</sup> NODE Garraf, Vins del Massís del Garraf: <https://www.origengarraf.com/vins-del-garraf/>
- <sup>lviii</sup> Informe consultora Agro3 sobre l'estat del sector primari a Vilanova.
- <sup>lix</sup> NODE Garraf (juny de 2020). Informe Origen Garraf 1: [https://issuu.com/agenciadesenvolupament/docs/origen\\_garraf\\_01](https://issuu.com/agenciadesenvolupament/docs/origen_garraf_01)
- <sup>lx</sup> Redacció Eix Diari (novembre de 2020). *Vins amb aromes locals: la viticultura resisteix a Vilanova i la Geltrú*: <https://www.eixdiari.cat/dossier/2020/11/03/vins-amb-aromes-locales-la-viticultura-resisteix-a-vilanova-i-la-geltru/>
- <sup>lxi</sup> Vídeo Celler de Viticultors, Fira de Novembre Vilanova i la Geltrú: <https://firadenovembre.cat/primer-sector/>
- <sup>lxii</sup> Francàs, Ramon (13 de novembre, 2009). *150.000 quilos de bona oliva*. Hemeroteca digital Diari de Vilanova: <http://www.hemerotecadigital.info/pdfs/DIV/2009/DIV091113054.pdf>
- <sup>lxiii</sup> Redacció Eix Diari (maig de 2020). *El port pesquer de Vilanova i la Geltrú: la diversitat marca la diferència*: <https://www.eixdiari.cat/dossier/2020/05/29/el-port-pesquer-de-vilanova-i-la-geltru-la-diversitat-marca-la-diferencia/>
- <sup>lxiv</sup> Redacció Eix Diari (maig de 2020). *El port pesquer de Vilanova i la Geltrú: la diversitat marca la diferència*: <https://www.eixdiari.cat/dossier/2020/05/29/el-port-pesquer-de-vilanova-i-la-geltru-la-diversitat-marca-la-diferencia/>
- <sup>lxv</sup> Govern.cat (febrer de 2021). *Pescadors i científics plantegen a la Comissió Europea el tancament total de la pesca en més de 400 km2 del litoral català*. <https://govern.cat/salaprensa/notes-premsa/398182/pescadors-cientifics-plantegen-comissio-europea-tancament-total-pesca-mes-400-km2-del-litoral-catala>
- <sup>lxvi</sup> Pàgina web del *Tuna Tour*: <https://www.tuna-tour.com/>
- <sup>lxvii</sup> Directori municipal, parades del Mercat del Centre: [https://www.vilanova.cat/directori/llicitat\\_per\\_tema?pag=4&id\\_tema=3302&ordre=nom#](https://www.vilanova.cat/directori/llicitat_per_tema?pag=4&id_tema=3302&ordre=nom#)



- <sup>lxviii</sup> Vídeo mercat de pagès diari al voltant del Mercat del Centre, Fira de Novembre Vilanova i la Geltrú: <https://firadenovembre.cat/primer-sector/>
- <sup>lxix</sup> Directori municipal, parades del Mercat de Mar: [https://www.vilanova.cat/directori/llistat\\_per\\_tema?id\\_tema=3303](https://www.vilanova.cat/directori/llistat_per_tema?id_tema=3303)
- <sup>lxx</sup> Informació sobre mercats ambulants, Ajuntament de Vilanova i la Geltrú: [https://www.vilanova.cat/comerc/mercats\\_setmanals](https://www.vilanova.cat/comerc/mercats_setmanals)
- <sup>lxxi</sup> Directori municipal, alimentació: [https://www.vilanova.cat/directori/llistat\\_per\\_tema?id\\_tema=3271](https://www.vilanova.cat/directori/llistat_per_tema?id_tema=3271)
- <sup>lxxii</sup> Més informació a: <https://xn--viucomer-z0a.cat/associats-viu-comerc/alimentacio/>
- <sup>lxxiii</sup> NODE Garraf (juny de 2020). Informe Origen Garraf 1: [https://issuu.com/agenciadesenvolupament/docs/origen\\_garraf\\_01](https://issuu.com/agenciadesenvolupament/docs/origen_garraf_01)
- <sup>lxxiv</sup> Més informació a: <http://www.menjatvilanova.com/>
- <sup>lxxv</sup> Restaurants Ruta del Xató: <https://www.rutadelxato.com/ca/restaurants/>
- <sup>lxxvi</sup> Directori municipal, restaurants de cuina marinera: [https://www.vilanova.cat/directori/llistat\\_per\\_tema?id\\_tema=100000](https://www.vilanova.cat/directori/llistat_per_tema?id_tema=100000)
- <sup>lxxvii</sup> Guies d'establiments del Gremi d'Hostaleria de Vilanova, 30 de novembre de 2020: <http://www.gremivng.com/guies-destabliments-del-gremi-d-hostaleria-de-vilanova/>
- <sup>lxxviii</sup> ACN (novembre de 2020). *Vilanova i la Geltrú congela les ordenances fiscals*: <https://laciutat.cat/laciutatdelgarraf/vilanova-i-la-geltru-congela-les-ordenances-fiscals>
- <sup>lxxix</sup> "Focus group: Sector primari", Pla Estratègic del Garraf: <https://plaestrategic.cat/participacio/>
- <sup>lxxx</sup> Ajuntament de Vilanova i la Geltrú (desembre de 2020). *El Mercat del Centre de VNG tindrà una aula gastronòmica per promoure el producte fresc de proximitat*: <https://www.vilanova.cat/noticies/detall?id=99996012>
- <sup>lxxxi</sup> Ajuntament de Vilanova i la Geltrú (desembre de 2020). *El comerç de VNG formarà part de Cliccat, el primer marketplace associatiu de Catalunya*: <https://www.vilanova.cat/noticies/detall?id=99995996>
- <sup>lxxxii</sup> NODE Garraf, Informació sobre la Llotja: <https://lallotja.info/>
- <sup>lxxxiii</sup> NODE Garraf, Primera Novena de Cuina Marinera del Garraf: <https://lallotja.info/novena-de-cuina-marinera/>
- <sup>lxxxiv</sup> Pàgina web de la Fundació Miquel Agustí: <http://fundaciomiquelagusti.com/>
- <sup>lxxxv</sup> Campus del Baix Llobregat de la UPC: <https://cbl.upc.edu/ca/ca/cienciatec>
- <sup>lxxxvi</sup> <https://www.qualtrics.com/>
- <sup>lxxxvii</sup> Fouché, C., & Light, G. (2011). An invitation to dialogue: "The world café" in social work. *Qualitative Social Work*, 10(1), 28–48. <https://doi.org/10.1177/1473325010376016>
- <sup>lxxxviii</sup> Schieffer, A., Gyllenpalm, B., & Isaacs, D. (2004). The World Café. *World Business Academy*, 18(8), 9. <http://www.theworldcafe.com/wp-content/uploads/2015/07/WorldCafe.pdf>
- <sup>lxxxix</sup> Steier, F., Brown, J., & Da Silva, F. M. (2015). The World Café in action research settings. In *The SAGE handbook of action research*, vol. 3 (pp. 211–219).
- <sup>xc</sup> Ariño, X., & Fernández, T. (2021). Building responsible research and innovation ecosystems through shared agendas. The case of the B30 territory. SeeRRI project deliverable. [https://seerri.eu/wp-content/uploads/2020/07/SeeRRI\\_D4.1.pdf](https://seerri.eu/wp-content/uploads/2020/07/SeeRRI_D4.1.pdf)
- <sup>xci</sup> Vesnic-Alujevic, L., Stoermer, E., Rudkin, J.-E., Scapolo, F., & Kimbell, L. (2019). The Future of Government 2030+: A Citizen-Centric Perspective on New Government Models. EUR 29664 EN. Publications Office of the European Union. <https://doi.org/10.2760/145751>
- <sup>xcii</sup> <https://www.amb.cat/web/territori/urbanisme/estudis-territorials/detall/-/estuditerritorial/usos-del-sol-a-l-area-i-a-la-regio-metropolitana-de-barcelona/434354/11656>

---

<sup>xciii</sup> [https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers\\_exteriors/ue/fons\\_europeus/detalls/noticia/20210617\\_pleamar](https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers_exteriors/ue/fons_europeus/detalls/noticia/20210617_pleamar)

<sup>xciv</sup> [https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers\\_exteriors/ue/fons\\_europeus/detalls/noticia/20210531\\_ajuts-regants](https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers_exteriors/ue/fons_europeus/detalls/noticia/20210531_ajuts-regants)

<sup>xcv</sup> [https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers\\_exteriors/ue/fons\\_europeus/detalls/noticia/20210617\\_pleamar](https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers_exteriors/ue/fons_europeus/detalls/noticia/20210617_pleamar)

<sup>xcvi</sup> [https://exteriors.gencat.cat/es/ambits-dactuacio/afers\\_exteriors/ue/fons\\_europeus/detalls/noticia/20210602\\_digicirc-blue-economy](https://exteriors.gencat.cat/es/ambits-dactuacio/afers_exteriors/ue/fons_europeus/detalls/noticia/20210602_digicirc-blue-economy)

<sup>xcvii</sup> [https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers\\_exteriors/ue/fons\\_europeus/detalls/noticia/20210507\\_transformacio-aliments](https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers_exteriors/ue/fons_europeus/detalls/noticia/20210507_transformacio-aliments)

<sup>xcviii</sup> [https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers\\_exteriors/ue/fons\\_europeus/detalls/noticia/20210507\\_transformacio-aliments](https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers_exteriors/ue/fons_europeus/detalls/noticia/20210507_transformacio-aliments)

<sup>xcix</sup> [https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers\\_exteriors/ue/fons\\_europeus/detalls/noticia/20210507\\_transformacio-aliments](https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers_exteriors/ue/fons_europeus/detalls/noticia/20210507_transformacio-aliments)

<sup>c</sup> [https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers\\_exteriors/ue/fons\\_europeus/detalls/noticia/20210507\\_transformacio-aliments](https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers_exteriors/ue/fons_europeus/detalls/noticia/20210507_transformacio-aliments)

<sup>ci</sup> [https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers\\_exteriors/ue/fons\\_europeus/detalls/noticia/20210507\\_transformacio-aliments](https://exteriors.gencat.cat/ca/ambits-dactuacio/afers_exteriors/ue/fons_europeus/detalls/noticia/20210507_transformacio-aliments)