



## JORNADA PER AL SEGMENT ECOLÒGIC DEL PALLARS JUSSÀ

### Programes de foment del desenvolupament local

**Tipus d'acció:** - Jornades ocupacionals i de desenvolupament local

Amb l'objectiu de millorar la comercialització dels productes ecològics de la comarca aquesta jornada ha volgut posar en contacte nous clients potencials amb els productors i facilitar l'establiment de relacions comercials



Ajuntament de Tremp



Ajuntament de la Torre de Capdella



Ajuntament de Salàs de Pallars



Ajuntament de Talarn



Consell Comarcal del Pallars Jussà

**SOC**

Servei d'Ocupació de Catalunya



Generalitat de Catalunya  
Departament d'Empresa i Ocupació



Unió Europea  
Fons social europeu  
L'2007-2013: Iniciem en el bon camí

Aquesta acció ha estat subvencionada pel Servei d'Ocupació de Catalunya en el marc del projecte "Treball a les 7 comarques" i cofinançada pel Fons Social Europeu

## Denominació de l'acció

Jornada per al segment ecològic del Pallars Jussà

## Justificació o motivació de l'acció

"Al teu gust, Aliments del Pallars" és la marca agroalimentària dels productes produïts a la comarca del Pallars Jussà que ha impulsat l'Ajuntament de Tremp conjuntament amb diversos agents socials implicats en el desenvolupament i dinamització del sector. El projecte arrenca d'un extens procés de participació ciutadana iniciat l'any 2007.

Aquesta marca agroalimentària és la branca principal d'una estratègia de diferenciació i comercialització de productes agroalimentaris locals i que ha d'anar en coordinació amb altres sectors de la comarca (restauració, hostaleria i cases de turisme rural).

"Al teu gust" té com a objectiu posar en valor els productes agroalimentaris de la comarca i dotar-los de major reconeixement tant a dins com a fora del Pallars, així com la voluntat de posicionar la comarca com un referent en relació a la cuina de proximitat i de qualitat.

Des de que es va iniciar la marca "Al teu gust" s'han dut a terme un conjunt d'accions destinades a donar a conèixer el producte local, millorar la seva comercialització, així com les competències empresarials dels productors-elaboradors vinculats al projecte.

Específicament, l'any 2013, en el marc del projecte "**Projecte per a la millora de la competitivitat del sector agroalimentari al Pallars Jussà**" es va estar treballant de manera molt estreta amb les empreses agroalimentàries per obtenir una visió detallada de com són i els reptes a que s'enfronten, així com les accions que caldria dur a terme per tal de superar-los.

Durant l'estudi es van detectar a la comarca del Pallars Jussà prop de **100 empreses** que produeixen i comercialitzen productes agroalimentaris, amb una facturació agregada de **65,8M€**. De manera estimada es va calcular que al 2014 donaven feina a unes **500 persones**. Actualment, aquestes xifres han disminuït, degut al tancament d'una de les empreses més grans en el sector. Amb tot, continua tenint un pes important i amb projecció de creixement.

Si es realitza un anàlisi per sectors tradicionals de les empreses de la comarca es pot observar com a nivell de massa crítica empresarial hi ha una forta concentració en el **sector carni i d'embotits**, que per si sol agrupa al **55% de les empreses de la comarca** i en **representa el 43% de la seva facturació**. Seguidament, destaquen altres sectors com **el lacti**, amb poca concentració d'empreses però un nivell de facturació molt elevat (aquestes xifres han variat amb seguretat degut al tancament de Copirineu), i el de **vins i licors** amb algunes empreses emblemàtiques i de referència a nivell català, i empreses joves i de nova creació, sobretot en el sector del vi, que han sorgit en els darrers anys.

Un primer anàlisi sembla indicar, quan s'analitza per sector, que al Pallars Jussà hi ha moltes tipologies d'empreses diferents amb realitats i reptes molt diferenciats, però quan s'aprofundeix en l'anàlisi des d'un punt de vista més transversal, s'observa com en realitat la situació del sector és molt més homogènia, bàsicament per dos motius:

- La major part de les empreses identificades són **productors petits artesanals amb venda comarcal** i que disposen d'un punt de venda propi.
- S'observa una tendència transversal a tots els sectors de **creixement del nombre de productors ecològics**. Existeix un bon nombre d'empreses ja certificades i un fort potencial d'empreses que a futur volen obrir línies de producte ecològic.

Així doncs, tenint en compte la tipologia d'empreses de la comarca i les diferents formes de competir en el mercat alimentari, es va acordar que les dues estratègies en que tenia sentit competir i per tant, desenvolupar accions a futur són: **l'estratègia gourmet i l'estratègia ecològica**.

Partint d'aquest punt, i analitzant la situació actual del mercat de l'alimentació a nivell català i estatal (els principals mercats de les empreses de la comarca) es van identificar amb les empreses els principals reptes a què s'enfronten tenint en compte les opcions estratègiques en què volen competir (estratègia gourmet i estratègia ecològica) així com els principals factors clau d'èxit a tenir presents en cada una d'elles.

#### **Reptes estratègics generals de les empreses**

1. Diferenciar-se i generar marca
2. Conèixer i arribar al consumidor final
3. Accedir a nous clients
4. Optimitzar els costos de producció i incrementar la dimensió de les empreses

L'acció que s'ha portat a terme ha volgut incidir especialment en el repte 3, **l'accedir a nous clients** específicament en els sectors ecològic i gourmet/producte de qualitat, que són els que aglutinen la major part d'empreses del sector al Pallars Jussà.

## Objectiu general

L'objectiu general que es persegueix en el marc del projecte és millorar les estratègies de comercialització dels productors ecològics i de qualitat del Pallars Jussà.

## Objectius específics

- Millorar el contacte i la interrelació entre empreses productores / elaboradores i els agents comercials.
- Reflexionar i debatre sobre els principals criteris de compra dels clients de manera directa amb ells mateixos.
- Fer avançar el procés de canvi estratègic de les empreses i els empresaris cap a models més adaptats a la demanda.
- Facilitar el coneixement entre empreses productores / elaboradores del Pallars Jussà amb altres empreses del mateix sector en comarques properes i amb necessitats semblants.
- Aprofundir en el coneixement de diferents canals de comercialització per contribuir a les empreses a trobar la millor estratègia comercial per la seva realitat empresarial.

## Metodologia, instruments metodològics i activitats realitzades

La metodologia utilitzada ha buscat combinar l'anàlisi de primer nivell a través d'experts en comercialització i distribució de productes de qualitat i ecològics amb un procés d'interacció entre les empreses i operadors del sector. Aquests dos eixos d'actuació han confluït en el marc de la jornada de networking que s'ha desenvolupat al llarg d'un dia sencer, amb diferents accions específiques i s'ha complementat amb una sessió d'un matí sobre comercialització a través d'experiències turístiques.

L'equip tècnic consultor, a partir de la informació recollida i d'un extens procés de recerca a partir de fonts directes i indirectes vinculades amb els sectors ecològic i de qualitat, ha gestionat i organitzat les jornades amb l'objectiu d'aprofundir en el coneixement entre els productors ecològics i de qualitat del Pallars Jussà i els seus potencials clients. A l'hora s'ha volgut posar en relació empreses productores i elaboradores de les comarques de l'Alt Pirineu, amb estructures de funcionament i comercialització similars.

D'aquesta manera, tot el procés s'han diferenciat en dues jornades, una jornada de *networking* en la que s'ha tractat específicament la comercialització de productes ecològics i de qualitat a partir d'agents comercials i distribuïdors i una segona jornada en la que s'ha aprofundit específicament en un dels canals de comercialització: la venda directa a partir de les mateixes explotacions i obradors.

### Jornades de networking

**HORARI**  
De les 9:15 a les 17h

**LLOC DE REALITZACIÓ**  
Centre Cívic Tarraquet  
c/Alcalde Rosell, 8  
25620  
Tremp

**INSCRIPCIÓ**  
A l'Ajuntament de Tremp: 973 65 00 05 ext 343  
(Promoció Econòmica) [deparal@tremp.cat](mailto:deparal@tremp.cat) o bé al següent enllaç: <http://goo.gl/forms/9kpd1HWVeE>  
abans del 12 de febrer

**Organització:**  
Ajuntament de Tremp, **Al País del CEBET**

**Col·labora:**  
SOC, **Consell Català de la Producció Agrària Ecològica**

**16 de febrer de 2016**  
CENTRE CIVIC TARRAQUET  
TREMPE

**COM FUNCIONA EL MERCAT DE PRODUCTES ECOLÒGICS I DE QUALITAT?**  
JORNADA DE NETWORKING

**Com funciona el mercat de productes ecològics i de qualitat?**  
JORNADA DE NETWORKING

Aquestes jornades volen facilitar el contacte entre els productors agroalimentaris i el sector comercial, ajudar-los a entendre el seu funcionament i la possibilitat d'establir acords amb els diferents agents (distribuïdors, venda al detall, restauració, grups de consum...).

La jornada s'adreça a tots els productors agroalimentaris amb especial atenció al segment ecològic i de qualitat.

**PROGRAMA**

9:15h / **Bemínguda**, a càrrec de **Joan Ubach Isanta**, *alcalde de Tremp*.

9:30h - 10:15h / **Tendències i oportunitats en la comercialització de productes ecològics**. **Josep Garcia**, *Director comercial de Mercabarna*

10:15h - 11:00h / **Estratgies comercials per a vendre productes de qualitat i proximitat**. Escollir els millors canals de venda per al nostre projecte. **Ramon Sentmartí**, *Esport en producte local i venda de proximitat*.

11:00h - 11:30h / **Pasta casf**

11:30h - 12:00h / **Tuïta d'experiències en diferents canals de venda de producte ecològic i de qualitat**. Què demanen els agents comercials als productors?

- **Vadó Mosa**, *gerent de Bioconsum, agrupació de botigues especialitzades en producte ecològic*.
- **Lluís Garcia**, *director comercial de Plafranc, cadena de supermercats especialitzats en producte fresc*.
- **Martí Majoral**, *responsable de compres de Món Verd, cooperativa de distribució de productes ecològics*.
- **Josep Capdevila**, *expert en distribució a l'àrea metropolitana*.
- **Berta Arcarons**, *membre de Lo Fato, grup de consum de les terres de Lleida*.
- **Mauricio Eita**, *impulsor de Pirinea en boca, restaurant i botiga de productes del Pirineu a Barcelona*.

12:00h-12:00h / **Dinar a peu dret i espai de trobada entre productors i agents comercials de les empreses i iniciatives participants**.

Els professionals d'APAT Pallars Jussà ens ofereixen un dinar elaborat amb productes de la comarca.

En en el cas de la jornada de networking, en el procés de cerca de les empreses compradores, s'ha intentat comptar amb representativitat dels canals de venda més utilitzats o comuns per a petites empreses com les del Pallars Jussà. A més, s'han buscat empreses de referència en el sector ecològic i en el sector gourmet. Els canals de venda escollits han estat:

- Comerços especialitzats en producte ecològic
- Grans superfícies
- Distribuïdors especialitzats en ecològic
- Distribuïdors especialitzats en producte de proximitat/qualitat
- Restaurants
- Grups de consum

Per tal d'aconseguir fer un recull prou exhaustiu d'empreses compradores d'ambdós sectors, s'han utilitzat intermediadors de referència. En el cas dels operadors en producte ecològic, la guia d'operadors ecològics facilitada per el Consell Català de la Producció Agrària Ecològica; i en el cas dels productes de qualitat, el Cluster Catalunya Gourmet. A més, s'han utilitzat fonts especialitzades, com publicacions, associacions i entitats vinculades a la producció ecològica, i en molts casos, la informació aportada pels mateixos productors adherits al projecte, que han

facilitat contantes comercials d'empreses amb les que treballen o coneixen i que poden ser un referent per a altres empreses productores que treballen amb altres agents.

De la totalitat d'empreses detectades, es va fer una primera selecció per escollir aquelles que es convidaria a la taula d'experiències. En aquest sentit, i per comptar amb una màxima representativitat, es va triar un representat de cada un dels canals de comercialització. A la resta d'empreses se'ls ha facilitat (per contacte telefònic i *on line*) informació sobre les jornades per tal d'intentar que a més de les empreses participants a la taula d'experiències, hi hagués també presència d'altres empreses del sector que participessin al dinar de networking.

### **Organització de les jornades de networking:**

La jornada ha estat dividida en **tres parts** diferenciades:

**1ra part: Anàlisi tècnica de la situació del sector ecològic i dels productes de qualitat i valoració dels potencials canals de venda.** Per a realitzar aquest anàlisi s'ha contactat amb dos experts en la matèria. La retrospectiva del sector ecològic, les perspectives de comercialització i l'anàlisi del sector, l'ha realitzat Josep Garcia, director comercial de Mercabarna, que acaba de realitzar un estudi en aquest sentit. Tot seguit, Ramon Sentmartí, especialista en venda de proximitat i circuits curts de comercialització ha realitzat un anàlisi sobre els diferents canals de venda existents i les característiques més rellevants de cadascun d'ells.

L'objectiu específic d'aquesta primera part era entendre en quina situació ens trobem actualment, específicament a Catalunya, en relació a la producció i consum de productes ecològics. I també, en relació a la intervenció del Ramon Sentmartí, que les empreses assistents poguessin valorar, en funció de la seva realitat particular, quins poden ser els canals de venda que més s'adequen a la seva manera de funcionar.

**2na part: Presentació dels agents comercials convidats.** Es va convidar a diferents empreses i projectes que representaven diferents canals de venda possibles: grans superfícies, distribuïdors especialitzats en ecològic, distribuïdors especialitzats en procte local, grups de consum, comerços especialitzats i restaurants. En cada cas en concret, se'ls va demanar que expliquessin com funcionen a la seva empresa (per aconseguir entendre la logística de les produccions agroalimentàries ecològiques i de qualitat); i que responguessin una única pregunta: quins són els requisits que demanen a un productor (en què es fixen, què valoren) perquè aquest acabi convertint-se en proveïdor. Al finalitzar les intervencions va obrir-se el debat amb el públic assistent. La moderació va anar a càrrec de Ramon Sentmartí.

Les persones representants d'empreses i entitats que van participar a la taula d'experiències foren:

- **Vadó Mora**, gerent de Bioconsum, agrupació de botigues especialitzades en producte ecològic.
- **Lluís Garcia**, director comercial de Plusfresc, cadena de supermercats especialitza en producte fresc.
- **Martí Majoral**, responsable de compres de MónVerd, cooperativa de distribució de productes ecològics.

- **Josep Capdevila**, expert en distribució a l'àrea metropolitana.
- **Berta Arcarons**, membre de **Lo Fato**, grup de consum de les terres de Lleida.
- **Mauricio Fita**, impulsor de *Pirineu en boca*, restaurant i botiga de productes del Pirineu a Barcelona.

### **3ra part: Organització d'un dinar de networking entre productors i agents comercials**

A l'entrar a la sala es va indentificar a cada persona segons la seva condició de productor / elaborador (tarja identificativa de color verd); d'agent comercial (tarja identificativa de color blau) o agent de suport (tècnics de l'administració pública, d'entitats de dinamització, etc. – tarja de color blanc). L'objectiu d'aquesta identificació era facilitar l'intercanvi i els contactes comercials. A més, es va dinamitzar aquesta part amb la participació directa dels tècnics del projecte i dels consultors, actuant com a "anfitrions" de la jornada, presentant a uns i altres i motivant les trobades.

En aquesta part van intervenir directament, a més, els productors adherits al projecte, que van aportar els seus productes per a elaborar el dinar i van tenir l'oportunitat de presentar els productes a les empreses assistents. El dinar va ser cuinat per professionals de la restauració de l'associació APAT, gran part dels quals són restaurants adherits al projecte "Al teu gust. Aliments del Pallars".

Els productors d'Al teu gust que van participar a la jornada i al dinar foren:

- Postres de Music
- És Pallarès
- Formatges Vilavella
- Casa Roca
- Badia Xarcuters
- Cal Tomàs
- Roia, ecològica dels Pirineus Celler Vila Corona
- Xics Cal Borrech
- Casa Masover
- Carns Batlle
- Ecoder
- Cal Portalé
- Brunec
- Cervesa Ctretze
- Dolça de Pallars
- Licors Portet
- Celler Terrer de Pallars
- Celler Sauvella
- Celler Miquel Roca

Es van inscriure 62 persones a la jornada



## Jornada de comercialització en venda directa a l'explotació / obrador

**HORARI**  
De les 10.00h a 14.00h.

**LLOC DE REALITZACIÓ**  
Centre Cívic Tarraquet  
c/Alfons de Rosell, 8  
25600  
Tremp

**INSCRIPCIÓ**  
A l'Ajuntament de Tremp: 973 65 00 05 ext 343  
(Promoció Econòmica) detxalar@tremp.cat, o bé  
al següent enllaç: <http://goo.gl/forms/E01fx92U0>  
abans del 23 de febrer

**Aliments, territori i gastronomia:**  
com dissenyar experiències  
atractives per als nostres  
visitants?

**Aliments, territori i gastronomia:**  
com dissenyar experiències  
atractives per als nostres  
visitants?

**Programa**

10.00h Benvinguda a càrrec de **Joan Ubach Isanta**, alcalde de Tremp

10.30h a les 11.00h Obrer obradors i explotacions ramaderes i agrícoles al públic visitant. Les claus de l'exít, **David Esteller**, consultor expert en dinamització, màrqueting i creació de productes turístics.

11.00h - 11.30h Pausa

11.30h - 14.00h Iniciatives i projectes que comercialitzen experiències vinculades a la producció agroalimentària i el territori:

- **Joan Bassets**, president de Visita Granges, associació de granges i explotacions de la Garrotxa que han obert les seves portes a través de visites guiades i tallers.
- **Josep Mari Alberro**, director de Segardouren Lurrakoa (el territori de la sidra) dedicat a la promoció sociocultural de la cultura sidrera del País Basc.
- **Hugo Palomar**, promotor de Foodie4Tours.com, plataforma d'experiències gastronòmiques amb productes a tot Europa, destinada als amants de la gastronomia i al menjar, els "foodies".
- **Josep Palau**, representant de Vine al Pallars, viu el Jussà, iniciativa de cooperació entre empreses del sector turístic del Pallars Jussà que promou experiències basades en el paisatge, la gastronomia i la cultura pallaresa.

Debat final i torn obert de paraules  
Modera: **Núria Martí**, experta en productes turístics al Pinneu i directora de Pinneu Emoció.

**25 de febrer de 2016**  
Centre Cívic Tarraquet  
Tremp

Per realitzar la jornada de comercialització s'han cercat experiències d'altres territoris i del mateix territori que puguin ser considerades com a bones pràctiques i que utilitzin sistemes de gestió diferenciats, per poder mostrar un ventall ampli de maneres de treballar i estructurar sistemes de venda directa vinculada a experiències turístiques.

La jornada ha comptat amb una primera intervenció tècnica de David Esteller, consultor expert en dinamització, màrqueting i creació de productes turístics. Aquest ha fet una retrospectiva de tot el procés de desenvolupament, gestió i comercialització d'experiències turístiques vinculades al sector agroalimentari i a la venda directa. S'ha parlat de totes les fases prèvies i preparatòries, abans de dissenyar l'experiència, de les claus per a dissenyar una experiència existosa i com comercialitzar-la, fixar l'estratègia de preus, de màrqueting, etc.

Posteriorment, s'ha realitzat la taula d'experiències que ha inclòs iniciatives público-privades (Museo de la Sidra del País Basc, Joxé M. Alberro, director), experiències privades d'altres territoris (Visita Granges de la Garrotxa, Joan Bassets, president) i experiències privades del propi territori (Vine al Pallars, viu el Jussà, Jopep Palau, president APAT). A més, s'ha comptat amb Hugo Palomar, CEO de l'empresa Foody & Tours especialitzada en el disseny i comercialització d'experiències turístiques vinculades a l'alimentació i la gastronomia a públic estranger. A la taula d'experiències s'ha posat en debat els conceptes introduïts per David Esteller, i s'ha fet especial èmfasi en l'estratègia comercial de l'experiència turística en aspectes com el preu, la segmentació dels clients, el públic objectiu al que es dirigeixen, i les tendències que es perceben en el mercat d'aquest tipus de productes.

En acabar les jornades, els ponents van participar en una visita guiada a un dels cellers adherits al projecte.

Es van inscriure 38 persones a la jornada.



## Calendari i fases d'execució

El projecte s'ha organitzat en una sola fase que ha cobert totes les activitats especificades en el punt anterior.

De forma esquemàtica, el calendari que s'ha seguit és el següent:

Mes	Gener		Febrer		
Setmana	2a setmana gener	3a i 4a setmana de gener	1a i 2a setmana de febrer	3a setmana de febrer	4a setmana de febrer
<b>Activitat:</b> <b>Jornada networking</b>	Reunió d'inici	Preparació jornada	Preparació de la jornada	<b>16 de febrer:</b> Jornada de networking	Tancament de la jornada (valoracions i enviament de contactes)
<b>Activitat:</b> <b>Jornada de comercialització en venda directa a l'explotació / obrador</b>	Reunió d'inici		Preparació jornada	Preparació jornada	<b>25 de febrer:</b> Jornada de comercialització en venda directa

## Avaluació de l'acció

Jornada de networking:

Resultats quantitativs esperats	Resultats quantitativs aconseguits	Índicador d'avaluació
10 empresaris del segment ecològic de la comarca participen en la jornada	Participen a la jornada 56 persones, de les quals 51 són d'empreses (la resta són agents de dinamització). D'aquestes, 8 són agents comercials i 43 són d'empreses productores. D'aquestes 43, 23 són d'empreses del Pallars Jussà adherits al projecte, i la resta, 20, són d'empreses productores d'altres comarques. En total participen 20 persones d'empreses de producció ecològica i 23 de producció no ecològica. De les 20, 13 persones són d'empreses del Pallars Jussà, que representen concretament 10 empreses.	Nombre de persones participants a la jornada: 56 Nombre d'empreses: 49 Nombre d'empreses de producció ecològica: 14 Nombre d'empreses de producció de qualitat: 35 Nombre d'empreses del Pallars Jussà de producció ecològica: 10
5 clients potencials participen en la jornada	8 clients potencials han participat a la jornada	Nombre d'agents comercials que han participat a la jornada: 8

**Valoracions de la jornada:** S'ha recollit la valoració de 18 persones participants (corresponent a 17 empreses i 1 agent de dinamització). Les puntuacions van de l'1 al 4, essent 1 la puntuació més desfavorable i 4 la més favorable.

- **Se t'ha informat i convocat adequadament de l'hora, lloc i continguts de la sessió formativa?** 3,8
- **Les sales on s'ha realitzat la sessió i les instal·lacions han estat adequades?** 3,7
- **Consideres que el format de la sessió, amb presentacions, taula d'experiències i dinar de networking, ha estat adequat?** 3,8
- **Com valors, de forma general, els continguts de la jornada? Han complert les teves expectatives?** 3
- **Com valors la presentació de JOSEP GARCIA, director comercial de Mercabarna?** 3,1  
"Vaig trobar a faltar la proximitat amb el territori al que es dirigia. Va ser massa genèric."
- **Com valors la presentació de RAMON SENTMARTÍ, expert en producte local?** 3,6  
"Van faltar relacions problemes reals del territori/possibles solucions"
- **Com valors la TAULA D'EXPERIÈNCIES amb agents comercials, distribuïdors, grans superfícies i grups de consum?** 3,6  
"Potser massa teòric"

"Ha faltat temps en el debat conjunt"

- **Has pogut aprofitar la jornada per fer contactes amb els diferents agents comercials?** 2,8
- **Consideres que el format de la Jornada ha facilitat la participació i el diàleg entre els assistents?** 3,6
- **Comentaris respecte al global de la jornada:**

"Més jornades de trobades però amb distribuïdors oberts cap al sector vitícola i no tant amb el sector ecològic, si nó cap al petit productor de productes de qualitat. Accions conjuntes dels productors per donar-nos a conèixer fora de la comarca."

"Primer de tot felicitar-vos per l'organització, per la puntualitat i per portar ponents diferents i tots interessants. Respecte els ponents potser perquè som molt petits, potser perquè ell només es va limitar a donar xifres, el que menys em va agradar i va aportar va ser el dr comercial de Mercabarna. Un 10 pel Ramon Sentmartí i pel Josep Capdevila. Van anar al gra. Enhorabona pel dinar que ens vau oferir amb productes locals i de tan bona qualitat. Va estar una jornada molt profitosa tan a nivell de contactes com de trobar canals de venda amb webs en concret.... Enhorabona per la feina ben feta. Urgell"

"Tornar a fer una jornada amb els productors de la comarca sols, a veure si ens posem d'acord i fem alguna acció conjunta per a vendre, transport,..."

"Crec que el *networking* ens l'hauríem de fer primer les 5 comarques del Pirineu. I després encaminar-nos cap als distribuïdors/etc..."

"Crec que va quedar molt palesa la manca de coordinació que tenim entre productors locals. Potser caldria veure si en altres llocs semblants al nostre territori (Alps, Trentino italià...) tenen algun model d'associacionisme que funcioni o existeix alguna empresa de transport privada que els soluciona aquesta mancança."

"Fer una jornada de *networking* on els productors tinguem una taula, per presentar els nostres productes i els interessats vagin passant a presentar-se i conèixer el producte."

**-Has trobat a faltar representació d'algun canal de comercialització? Quin?**

"Algun que no estès tant vinculat amb els productes ecològics i més vinculat amb el sector vitícola"

"Més distribuïdors"

*Jornada de comercialització a través de venda directa:*

<b>Indicador d'avaluació</b>	<b>Resultats quantitius aconseguits</b>
Nombre de persones inscrites	41
Nombre de persones participants	40
Nombre d'empreses participants	27
Nombre d'empreses agroalimentàries adherides a "Al teu gust"	9

## Repercussió als mitjans de comunicació

### La Vanguardia (16/2/2016)

<http://www.lavanguardia.com/vida/20160216/302205506206/el-pallars-jussa-aposta-per-la-venda-de-proximitat-dels-productes-agroalimentaris.html>

**LA VANGUARDIA** Vida

Al Mímatro Internacional Política Opinió Vida Sucessos Deportes Economía Local Gente Cultura Temas

Vida Natural Big Yang Tecnología Salud VangData Qué estudiar Bienestar Ecología Catalunya Religió

## El Pallars Jussà aposta per la venda de proximitat dels productes agroalimentaris

Comparte en Facebook Comparte en Twitter

Temas relacionados: Generalitat de Catalunya

16/02/2016 13:13

ACN Tremp.-El Pallars Jussà aposta per la venda de proximitat dels productes agroalimentaris que s'elaboren a la comarca. L'Ajuntament de Tremp ha projectat la posada en marxa d'un mercat de productes elaborats a la comarca els dilluns, coincidint amb el mercat setmanal. Aquest espai vol facilitar la divulgació dels productes de proximitat de la zona i que els productors tinguin facilitat per tancar tot el cercle, començant per la producció i finalitzant per la comercialització dels productes. La jornada de networking 'Com funciona el mercat de productes ecològics i de qualitat?', que s'ha celebrat a Tremp i ha reunit unes 70 persones ha posat sobre la taula la necessitat d'associar-se entre productors i de donar-se a conèixer a la comarca i fora d'ella.

Aquesta jornada s'ha organitzat a través del projecte 'Al teu gust, aliments del Pallars'. La trobada s'ha fet amb el principal objectiu d'establir contactes comercials i posar-se al dia sobre la situació i les perspectives del sector ecològic i de la producció de proximitat i qualitat. Així, s'hi han donat cita uns cinquanta productors i una quinzena d'agents comercials d'empreses distribuïdores, grans superfícies i altres establiments de venda

**Lo + Visto**

El trabajo de 240.000 euros al año y tres meses de vacaciones que nadie quiere

TVE fulmina el programa de Patricia Gaztañaga

### 324/Notícies (16/2/2016)

<http://www.ccma.cat/324/el-pallars-jussa-aposta-per-la-venda-de-proximitat-dels-productes-agroalimentaris/noticia/2713677/>

TELEVISIÓ 3 RÀDIO CATALUNYA RÀDIO NOTÍCIES ESPORTS CULTURA EL TEMPS DIRECTES A LA CARTA CCMA

Notícies Societat Política Món Economia Tecnologia Cultura Anàlisi **Comarques** Més E24 Catalunya Informació

## El Pallars Jussà aposta per la venda de proximitat dels productes agroalimentaris

ACN Tremp.-El Pallars Jussà aposta per la venda de proximitat dels productes agroalimentaris que s'elaboren a la comarca. L'Ajuntament de Tremp ha projectat la posada en marxa d'un mercat de productes elaborats a la comarca els dilluns, coincidint amb el mercat setmanal. Aquest espai vol facilitar la divulgació dels productes de proximitat de la zona i que els productors tinguin facilitat per tancar tot el cercle, començant per la producció i finalitzant per la comercialització dels productes. La jornada de networking 'Com funciona el mercat de productes ecològics i de qualitat?', que s'ha celebrat a Tremp i ha reunit unes 70 persones ha posat sobre la taula la necessitat d'associar-se entre productors i de donar-se a conèixer a la comarca i fora d'ella.

16 Feb 2016 - 13:30

**Descobreix la fiabilitat de la Gamma Toyota Auris**  
 0 per 190 €/mes  
 48 quates Entrada 2.598 €. Última quata: 6.901 €. TAE: 7,15 %  
 DESCOBREIX-HO PROVA-HO TOYOTA TV VENTURA

**AVUI ÉS NOTICIA**  
 PSOE i C's modifiquen l'acord d'inversidura i mantenen la indemnització per acomiadament

## Pallars Digital (16/2/2016)

<http://www.naciodigital.cat/pallarsdigital/noticia/5366/productors/distribuidors/ecologics/qualitat/es/troben/tremp>

**pallarsdigital.cat**  
el diari de les comarques pallareses

PORTADA PALLARS JUSSÀ PALLARS SOBIRA OPINIÓ PARTICIPACIÓ

Productors i distribuïdors ecològics i de qualitat es troben a Tremp

70 persones han participat en una jornada per conèixer més a fons el circuit de comercialització d'aquest tipus de productes

Resum: Actualitat el 16/02/2016 a les 12:46h

Resum: Aquestes setmanes s'estan celebrant, a l'ajuntament de Tremp, els dies de networking.

Aquest dimarts ha tingut lloc la jornada de networking "Com funciona el mercat de productes ecològics i de qualitat?", organitzada per l'Ajuntament de Tremp a través del projecte "Al teu gust, aliments del Pallars". La convocatòria s'ha fet amb el principal objectiu d'establir contactes comercials i posar-se al dia sobre la situació i les perspectives del sector ecològic i de la producció de proximitat i qualitat. Així, s'hi ha donat cita uns cinquanta productors i una quinzena d'agents comercials d'empreses distribuïdores, grans superfícies i altres establiments de venda al detall d'arreu de Catalunya.

En el decurs de la jornada han tingut lloc dues ponències. D'una banda, s'ha presentat l'estudi sobre les tendències i oportunitats de negoci en el sector ecològic realitzat per Mercabarna. Es tracta d'un estudi pioner, ja que no existia fins ara cap estudi d'aquestes

## La Borrufa (16/2/2016)

<http://laborrufa.com/trobada-per-a-productors-i-distribuidors-decologics/>

**La Borrufa**

Pirineu | Conectant comarques

RSS HEMEROTECA COL-LABORADORS ON SOM CONTACTAR

PALLARS JUSSÀ

### TROBADA PER A PRODUCTORS I DISTRIBUÏDORS D'ECOLÒGICS

16 FEBRER, 2016

AL TEU GUST HA CONVOCAT UN ESPAI DE TROBADA PER A PRODUCTORS I DISTRIBUÏDORS D'ECOLÒGICS I QUALITAT

70 persones han participat en una jornada per conèixer més a fons el circuit de comercialització d'aquest tipus de productes.

Tremp, 16 de febrer de 2016. Aquest matí ha tingut lloc la jornada de networking "Com funciona el mercat de productes ecològics i de

PirineusTV (16/2/2015)

<http://www.pirineustv.cat/2016/02/venda-productes-proximitat-al-pallars-jussa/>

pirineus TV

Inici Notícies Buscar Programes

Els Pallars, 16 de febrer 2016: APOSTA PER LA VENDA DE PROXIMITAT AL PALLARS JUSSÀ

Tremp ha acollit una jornada sobre com funciona el mercat de productes ecològics i de qualitat: on ha assistit més de 70 productors i agents comercials i on s'ha destacat el valor afegit de la venda de proximitat i directa. Un espai per facilitar el contacte entre productors de la comarca i els agents del sector comercial i establir estratègies conjuntes per tirar endavant la venda dels seus productes.

Un aspecte que s'ha destacat a l'hora de vendre el producte en directe com el Pallars Jussà és el turisme que el visita. Un públic que vol productes de proximitat i qualitat i que a més s'interessa per l'entorn on s'elabora.

Precisament Tremp fa una aposta clara pels productes de la zona i els seus productors, ja no només oferint eines de formació de cara a tirar endavant el sector si no que s'està treballant en l'obertura d'un nou espai al mercat de Tremp on hi tinguin cabuda.

Durant la jornada també s'ha presentat el projecte Benjamins a pagès en marxa a tot Catalunya, dins del qual el cap de setmana del 17 al 19 de juny es farà portes obertes a totes les explotacions que vulguin.

Parlen al vídeo: ABEL SÁNCHEZ, Cerveza C.Treze - JORDI RUIZ, Terrer de Pallars - RAMON SENTMARTÍ, Fundació Alica - ANNA RITZ, Regidora promoció econòmica

Comparteix aquesta notícia

Directe.cat (16/2/2016)

<http://www.directe.cat/acn/703899/el-pallars-jussa-aposta-per-la-venda-de-proximitat-dels-productes-agroalimentaris>

El digital dels que votaran #SISI. N. 3212. Dijous, 25 de febrer de 2016 01:45 h

directe!cat

HELP CATALONIA El Brexit accelera la inevitable fallida del Regne d'Espanya

XAI NEGRE BCN TRANSPORT PÚBLIC -- MASSA PODER

Portada @bestiar2014 Opinió Editorial Botiga FestaDirecte Llibres Envia'ns una notícia LA VEU Cerca...

acn 24.02.2016 | 19:56 h La líder de C's a Lleida defensa que en finalitzar l'actual mandat municipal "la Peeria ha de ser completament bilingüe"

ACN

Beach tennis: Campions d'Europa per equips

General Política Internacional Cultura Comunicació Societat Economia Esports Agricultura

Notícies d'una comarca: [dropdown]

PALLARS JUSSÀ » DIMARTS, 16 DE FEBRER DE 2016 12:06 H

### El Pallars Jussà aposta per la venda de proximitat dels productes agroalimentaris

Una trobada entre productors i distribuïdors celebrada a Tremp reuneix unes 70 persones

ACN Tremp.-El Pallars Jussà aposta per la venda de proximitat dels productes agroalimentaris que s'elaboren a la comarca. L'Ajuntament de Tremp ha projectat la posada en marxa d'un mercat de productes elaborats a la comarca els dilluns, coincidint amb el mercat setmanal. Aquest espai vol facilitar la divulgació dels productes de proximitat de la zona i que els productors tinguin facilitat per tancar tot el cercle, començant per la producció i finalitzant per la comercialització dels productes. La jornada de networking 'Com funciona el mercat de productes ecològics i de qualitat?', que s'ha celebrat a Tremp i ha reunit unes 70 persones ha posat sobre la taula la necessitat d'associar-se entre productors i de donar-se a conèixer a la comarca i fora d'ella.

EDITORIALS » "Colau en comú" responsable última de la vaga al metro

#XOCDETRENS » Què passa si busques "Comepapas" a Google Maps? El seu marit li blanquejava les dents... i el capital Què li ha passat a l'Andreu Buenafuente?

ENQUESTES » Dilluns i dimecres vaga del Metro de Barcelona, de qui és la culpa?

BLOGS »



La Mañana (17/2/2016)

18 COMARQUES | MIÉRCOLES 17 DE FEBRERO DE 2016 | La Mañana

**Leida va matricular 530 cotxes el mes de gener**

El passat mes de gener es van matricular a les comarques de Lleida un total de 530 turismes i tot terreny, d'ells que representa un creixement d'un 6,23% respecte al mateix mes de l'any anterior, segons dades de l'Idat.

Segons el director de comunicació de l'Idat, David Barrientos, "l'any comença bé per a la venda de cotxes amb un creixement de més del 2%, sobre un any anterior que va créixer un 22%, per la qual cosa és una bona notícia per a l'economia espanyola".

**El Jussà aposta per la venda de proximitat de productes**

El Pallars Jussà aposta per la venda de proximitat dels productes agroalimentaris que s'elaboren a la comarca. L'Ajuntament de Tremp ha iniciat la posada en marxa d'un mercat de productes elaborats a la comarca els dilluns, coincidint amb el mercat setmanal. Aquest espai vol facilitar la divulgació dels productes de proximitat de la zona i que els productors tinguin facilitat per vendre tot el que

# La divisió de fruits secs del Grup Borges cotitzarà a les borses espanyoles enguany

La junta general d'accionistes ho aprova per unanimitat i també l'ampliació de capital

CARME QUINTANA @comarcapallars Lleida

La divisió Borges Agrícola i Industrial Nuts (BIAN), amb forta vinculació a Tàrraga, farà el salt al mercat continu en els proper mesos. La filial del Grup Borges cotitzarà a les borses de Madrid, Barcelona, Bilbao i València.

La junta general d'accionistes de Borges Agrícola i Industrial Nuts (BIAN), la filial de producció i comercialització de fruits secs de Borges Industrial Group, va aprovar ahir per unanimitat l'ampliació de capital en 1.277.000 noves accions amb un valor nominal de 300 euros cadascuna i el salt al mercat continu, previst per enguany.

Segons van informar altre font del Grup Borges, l'ampliació de capital té com a objectiu obtenir els recursos financers necessaris per desenvolupar el pla d'expansió 2015-2021.

El recorda que el Grup Borges, fundat fa 120 anys a la ciutat de Tàrraga, té 120 anys a la ciutat



FOTO: / Des de la seva fundació, fa 120 anys, el Grup Borges ha pertangut a la família Pont

Gran Segura-Garrigues, on ha invertit en una plantació de pistatges de 50 hectàrees a la capital de Tàrraga. En aquest moment, el Grup Borges té a Tàrraga les seues dues societats de la branca dels fruits secs amb plantacions de 1.200 hectàrees de pistatges i 1.200 hectàrees de ametlles. El grup també té a Tàrraga una planta de producció de 1.200 hectàrees de ametlles i 1.200 hectàrees de pistatges. El grup també té a Tàrraga una planta de producció de 1.200 hectàrees de ametlles i 1.200 hectàrees de pistatges.

Vilaweb (26/2/2016)

<http://www.vilaweb.cat/noticies/el-jussa-aposta-per-la-venda-directa-dels-productes-agroalimentaris-com-a-reclam-turistic/>

VilaWeb **M'agrada** 120k **Fes-te subscriptor de VilaWeb!**

País Opinió Món Societat Cultura Economia Ciència Locals Blocs Publicacions ACN

Agricultura Comunicació Cultura **Economia** Política Societat

IAG guanya un 51% més el 2015 i arriba als 1.516 milions d'euros

Tàrraga s'adhereix a la Xarxa de Turisme Industrial de Catalunya

Reforcen la línia d'autobús entre Barcelona i Vic amb dues expedicions diàries més de billons a dividendes

ACN **El Jussà aposta per la venda directa dels productes agroalimentaris com a reclam turístic**

Dijous 25.02.2016 14:00 ☆ Favorits Sense anuncis [Twitter] [Facebook] [Google+] [LinkedIn] [YouTube]

ACN Tremp.-La Jornada 'Aliments, gastronomia i territori' que s'ha celebrat a Tremp dins del projecte 'Al teu gust, aliments del Pallars' ha posat en relleu la necessitat que els productors agroalimentaris vinguin directament el seu producte per donar-li un valor afegit. L'objectiu de la jornada era donar les eines necessàries als productors per crear paquets turístics vinculats als productes que elaborem com ara el vi, la cervesa, el formatge, la mel o les melmelades. Durant el transcurs de la jornada s'han donat eines per dissenyar i tirar endavant experiències vinculades a la producció alimentària i la gastronomia que responguin a les expectatives i tendències del mercat turístic actual.

**Benvinguda al Prat!**

Joan Ubach, alcalde de Tremp, ha explicat que es vol fomentar la venda directa i valorar el territori i els aliments que s'hi produeixen. A la jornada hi han assistit

Al dia (25/2/2016)

<http://www.aldia.cat/catalunya/territori/noticia-jussa-aposta-per-venda-directa-dels-productes-agroalimentaris-com-reclam-turistic-20160225131259.html>



The screenshot shows the top of the website with the Aldia.cat logo and a navigation menu. The main headline reads "El Jussà aposta per la venda directa dels productes agroalimentaris com a reclam turístic". Below the headline is a video player showing a group of people in a meeting. To the right, there is a Knorr advertisement with the text "¿PUES VA A SER QUE Knorr?".

Ràdio Seu (25/2/2015)

<http://www.radioseu.cat/noticies/el-pallars-jussa-aposta-per-la-venda-directa-dels-productes-agroalimentaris>



The screenshot shows the Ràdio Seu website interface. The article title is "El Pallars Jussà aposta per la venda directa dels productes agroalimentaris". The sub-headline reads "Es considera que pot ser un excel·lent reclam turístic. La jornada 'Aliments, gastronomia i territori' ha servit com a espai de trobada entre productors, elaboradors i restauradors". The article text discusses the "Aliments, gastronomia i territori" event and its goal of helping producers sell directly. A video player at the bottom shows a group of people in a meeting.

## Pallars Digital (25/2/2016)

<http://www.naciodigital.cat/pallarsdigital/noticia/5418/jussa/aposta/venda/directa/dels/productes/agroalimentaris>



PORTADA PALLARS JUSSÀ PALLARS SOBIRÀ OPINIÓ PARTICIPACIÓ H

Magrada Comparteix 16 T1R G+1 0 Pinxat

### El Jussà aposta per la venda directa dels productes agroalimentaris

La jornada "Aliments, gastronomia i territori" serveix com a espai de trobada entre productors, elaboradors i restaurants

ACN | Actualitzat el 25/02/2016 a les 13:47h

Arxivat a: Economia i turisme, a l'hemeriac, productors, turisme, gastronomia, Al teu gust, A una mica de Tremp



Imatge de la inauguració de la jornada a càrrec de l'alcalde de Tremp. Foto: ACN

La Jornada "Aliments, gastronomia i territori" que s'ha celebrat aquest dijous a Tremp dins del projecte "Al teu gust, aliments del Pallars" ha posat en relleu la necessitat que els productors agroalimentaris venguin directament el seu producte per donar-li un valor afegit. L'objectiu de la jornada era donar les eines necessàries als productors per crear paquets turístics vinculats als productes com ara el vi, la cervesa, el formatge, la mel o les mermelades.

Durant el transcurs de la jornada s'han donat eines per dissenyar i tirar endavant experiències vinculades a la producció alimentària i la gastronomia que responguin a les expectatives i tendències del mercat turístic actual. Joan Ubach, alcalde de Tremp, ha explicat que es vol fomentar la venda directa i valorar el territori i els aliments que s'hi produeixen. A la jornada hi han assistit unes 40 persones, entre