Estudi de la capacitat de compravenda dels Productes Agroalimentaris del Ripollès

2014

Neus Monllor Rico
Dr. Geografia i Medi Ambient

**Aquesta actuació forma part del projecte "Treball a les 7 comarques i està subvencionada pel Servei d'Ocupació de Catalunya i cofinançada pel Servei Públic d'Ocupació Estatal i el Fons Social Europeu*

Gràcies a totes les persones que heu participat d'aquest estudi.

A les que des dels camps feu possible una alimentació lligada al territori,
a les que des dels vostres establiments doneu vida als pobles del Ripollès,
a les que treballeu per articular la cadena de valor del producte local,
a les que cuineu des del cor per portar la saó a taula,
a les que feu una feina tècnica que moltes vegades no es valora prou,
i a les que consumiu els productes que la nostra terra ens brinda.

Totes formem part del desenvolupament local i està a les nostres mans
viure i treballar en un entorn amable, respectuós i viu.

Neus Monllor

"Dejemos el pesimismo para tiempos mejores"

Eduardo Galeano
Patas Arriba. La escuela del mundo al revés (1998)

"Peasantry is present at the heart of the current global system"

"La pagesia és present al cor de l'actual sistema global"

Jan Douwe van del Ploeg
The New Peasantries. Struggles for Autonomy and Sustainability in an era of Empire and Globalisation (2008)

Índex

1. Introducció 9
1.1. Antecedents 9
1.2. Objectius 10
1.3. Metodologia 11
2. El sector agrari del Ripollès 13
2.1. La producció 17
2.1.1. Boví de carn 18
2.1.2. Boví de llet 21
2.1.3. Oví de carn 23
2.1.4. Oví de llet 24
2.1.5. Cabrum de carn 24
2.1.6. Cabrum de llet 25
2.1.7. Porcí 26
2.1.8. Equí 27
2.1.9. Aviram 28
2.1.10. Apícola 29
2.1.11. La trumfa 30
2.1.12. Horta i fruita 30
2.1.13. Caça 32
2.1.14. Altres productes 32
2.2. El sector ecològic 33
2.3. El treball agrari 36
2.4. El relleu generacional 39
2.5. La comercialització 47
2.6. Reflexions 50
3. Els escorxadors 53
3.1. L'escorxador de Camprodon 54
3.2. L'escorxador de Ribes de Freser 56
3.3. L'escorxador de Ripoll 57
4. El sector professional de l'hostaleria 62
4.1. L'Associació Professional d'Hostaleria del Ripollès 63
4.2. Les Cuines de la Vall de Camprodon 65

4.3. Els Fogons de la Vall de Ribes 66
4.4. L'Aula d'Hostaleria del Ripollès 67
5. El Producte del Ripollès 69
5.1. Associació de Ramaders del Ripollès 70
5.1.1. Descripció 70
5.1.2. Capacitat de producció 71
5.1.3. Capacitat de compra local 73
5.2. Associació de Pastors del Ripollès 74
5.2.1. Descripció 74
5.2.2. Capacitat de producció 75
5.2.3. Capacitat de compra local 78
5.3. Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès 80
5.3.1. Descripció 80
5.3.2. Capacitat de producció 80
5.3.3. Capacitat de compra local 81
5.4. Cooperativa Ramadera de Molló 82
5.4.1. Descripció 82
5.4.2. Capacitat de producció 82
5.4.3. Capacitat de compra local 83
5.5. Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès 84
5.5.1. Descripció 84
5.5.2. Capacitat de producció 85
5.5.3. Capacitat de compra local 86
5.6. Associació de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès 86
5.6.1. Descripció 86
5.6.2. Capacitat de producció 87
5.6.3. Capacitat de compra local 88
6. El consum local 90
6.1. Les carnisseries 90
6.1.1. Compra present 90
6.1.2. Compra futura 94
6.2. Els restaurants 96
6.2.1. Compra present 96
6.2.2. Compra futura 104

6.3. Els agents estratègics 105
6.3.1. Compra present 105
6.3.2. Compra futura 107
6.4. Altres punts de venda 107
7. Dinamització local a través del Producte del Ripollès (2007-2014) 109
7.1. La Guia dels Productes Agroalimentaris del Ripollès 109
7.2. Les Temporades Gastronòmiques 114
7.3. Els 10 punts crítics de la marca de garantia Producte del Ripollès 117
7.4. Reflexions entorn la marca de garantia Producte del Ripollès 119
8. Integració territorial 122
8.1. La cooperació 123
8.2. La formació 127
8.3. L'emprenedoria 128
8.4. La sensibilització 131
8.5. La comunicació 133
8.6. El turisme 134
8.7. Els espais naturals 137
8.8. La salut 138
9. Generació d'ocupació 141
10. Síntesi 144
10.1. Punts Forts (Àrees a potenciar) 144
10.2. Punts Febles (Àrees de millora) 146
11. Pla d'actuació del sector agroalimentari del Ripollès 149

Índex d'Annexos

Annex 1: Indicadors municipals de l'àmbit agroalimentari del Ripollès 188
Annex 2: Guió de l'entrevista personal en profunditat 209
Annex 3: Llista dels agents entrevistats al treball de camp 213
Annex 4: Llista dels agents entrevistats a les taules de treball 215

Índex de Taules

Taula 1: distribució de la superfície agrària. Catalunya, 2009. 13
Taula 2: conreus herbacis segons cens agrari. Ripollès, 1999 i 2009. 14
Taula 3: espècies ramaderes segons cens agrari. Ripollès, 1999 i 2009. 14
Taula 4: nombre d'explotacions ramaders. Ripollès, 2009 i 2013. 17
Taula 5: explotacions de boví de carn. Ripollès, 2014. 19
Taula 6: cens d'engreix i de femelles de boví de carn. Ripollès, 2006 i 2014. 20
Taula 7: explotacions de boví de llet. Ripollès, 2014. 22
Taula 8: explotacions que elaboren llet de vaca. Ripollès, 2014. 22
Taula 9: explotacions d'oví de carn. Ripollès, 2014. 23
Taula 10: explotacions de cabrum de carn. Ripollès, 2014. 25
Taula 11: explotacions de porcí. Ripollès, 2014. 26
Taula 12: explotacions d'equí de carn. Ripollès, 2014. 27
Taula 13: explotacions d'aviram. Ripollès, 2014. 28
Taula 14: explotacions apícoles. Ripollès, 2014. 29
Taula 15: explotacions de trumfa. Ripollès, 2014. 30
Taula 16: explotacions d'horta. Ripollès, 2014. 31
Taula 17: operadors ecològics i ajuts a la producció ramadera ecològica. Ripollès, 2014. 34
Taula 18: unitats de treball agrari (familiar, assalariada i autònoma). Ripollès, 1999 i 2009. 37
Taula 19: unitats de treball agrari per municipis. Ripollès, 1999 i 2009. 37
Taula 20: distribució per grups d'edat de les persones físiques dedicades al sector agrari. Ripollès, 2014. 40
Taula 21: incorporació de joves per municipis. Ripollès, 2000-13. 41
Taula 22: incorporació de joves per sectors. Ripollès, 2000-13. 42
Taula 23: perfil de les persones incorporades amb la mesura 112 del PDR. Ripollès, 2000-2013. 43
Taula 24: edat de les persones incorporades amb la mesura 112 del PDR. Ripollès, 2000-2013. 44
Taula 25: venda de proximitat de carn, embotits i derivats carnis de boví. Ripollès, 2013. 47
Taula 26: venda de proximitat de carn, embotits i derivats carnis de xai i cabrum. Ripollès, 2013. 48
Taula 27: venda de proximitat de formatge, llet i altres derivats làctics de la llet de vaca. Ripollès, 2013. 48
Taula 28: venda de proximitat de productes sense transformar. Ripollès, 2013. 49
Taula 29: sacrificis de vedells, poltres, xais, cabrits i porcí. Ripollès, 2013. 53
Taula 30: percentatge de sacrificis de vedells, poltres, xais, cabrits i porcí. Ripollès, 2013. 54
Taula 31: socis de la cooperativa de carnissers de la Vall de Camprodon. Ripollès, 2014. 55
Taula 32: sacrificis de vedells, poltres i xais a l'escorxador de Camprodon, 2011-2013. 55

Taula 33: socis del Gremi de Carnissers de la Vall de Ribes. Ripollès, 2014. 56
Taula 34: sacrificis de vedells, xais i cabrits a l'escorxador de Ribes de Freser, 2013. 56
Taula 35: sacrificis de vedells, poltres, xais, cabrits i porcs a l'escorxador de Ripoll, 2013. 58
Taula 36: origen i destí dels vedells sacrificats a l'escorxador de Ripoll, 2013. 59
Taula 37: origen i destí dels xais sacrificats a l'escorxador de Ripoll, 2013. 59
Taula 38: producció i sacrifici de bestiar boví i oví. Ripollès, 2013. 60
Taula 39: bars i restaurants. Ripollès, 2014. 62
Taula 40: restaurants associats a l'Associació Professional d'Hostaleria del Ripollès, 2014. 63
Taula 41: restaurants associats a les Cuines de la Vall de Camprodon, 2014. 66
Taula 42: restaurants associats als Fogons de la Vall de Ribes, 2014. 66
Taula 43: capacitat de producció dels socis de l'Associació de Ramaders del Ripollès. Ripollès, 2014. 71
Taula 44: boví sacrificat i certificat per la EICG. Ripollès, 2014. 73
Taula 45: capacitat de producció dels socis de l'Associació de Pastors del Ripollès. Ripollès, 2014. 75
Taula 46: oví sacrificat i certificat per la EICG. Ripollès, 2014. 76
Taula 47: cabrum sacrificat i certificat per la EICG. Ripollès, 2014. 76
Taula 48: capacitat de producció dels socis de l'associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès. Ripollès, 2014. 80
Taula 49: capacitat de producció de trumfa dels socis de la Cooperativa Ramadera de Molló. Ripollès, 2014. 82
Taula 50: socis de l'Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès, 2014. 84
Taula 51: capacitat de producció porcina. Ripollès, 2014. 85
Taula 52: capacitat de producció dels productors i elaboradors de làctics de l'Associació de Petits Elaboradors del Ripollès. Ripollès, 2014. 87
Taula 53: forns que elaboren la Coca del Ripollès. Ripollès, 2014. 88
Taula 54: socis del Gremi de Carnissers i Xarcuters de les Comarques Gironines. Ripollès, 2014. 90
Taula 55: carnisseries amb Producte del Ripollès. Ripollès, 2014. 91
Taula 56: restaurants amb Producte del Ripollès. Ripollès, 2014. 96
Taula 57: punts de venda i degustació de Producte del Ripollès. Ripollès, 2014. 110
Taula 58: restaurants adherits a les Temporades Gastronòmiques. Ripollès, 2014. 114

Índex de Gràfics

Gràfic 1: variació de les explotacions ramaderes segons cens agrari. Ripollès, 1999 i 2009. 15
Gràfic 2: variació dels caps de bestiar segons cens agrari. Ripollès, 1999 i 2009. 15
Gràfic 3: evolució del nombre d'explotacions de boví. Ripollès, 1990-2005. 18
Gràfic 4: evolució del nombre de caps de bestiar de boví. Ripollès, 1990-2005. 18
Gràfic 5: canvi del cens d'engreix de boví de carn. Ripollès, 2006 i 2014... 21
Gràfic 6: número d'operadors en agricultura ecològica. Catalunya, 2000-2013. 33
Gràfic 7: vaquí de carn ecològic. Catalunya, 2000-2013. 34
Gràfic 8: tipologies d'operadors ecològics. Ripollès, 2014. 35
Gràfic 9: unitats de treball agrari per municipis. Ripollès, 1999 i 2009. 38
Gràfic 10: treball agrari. Ripollès 2008-2013. 39
Gràfic 11: incorporació de joves per municipis. Ripollès, 2000-13. 41
Gràfic 12: incorporació de joves per sectors. Ripollès, 2000-13. 42
Gràfic 13: compra de vedella dels restaurants. Ripollès, 2014. 98
Gràfic 14: compra de xai dels restaurants. Ripollès, 2014. 99
Gràfic 15: compra de poltre dels restaurants. Ripollès, 2014. 100
Gràfic 16: compra d'elaborats làctics dels restaurants. Ripollès, 2014. 101
Gràfic 17: compra de fruita i verdura dels restaurants. Ripollès, 2014. 102
Gràfic 18: punts de venda i degustació de Producte del Ripollès. Ripollès, 2014. 111
Gràfic 19: punts de degustació de Producte del Ripollès, 2014. 112
Gràfic 20: nombre de Productes del Ripollès als punts de venda i degustació. Ripollès, 2014. 113
Gràfic 21: nombre de Producte del Ripollès als punts de degustació. Ripollès, 2014. 113
Gràfic 22: nombre de Restaurants de les Temporades Gastronòmiques, 2014. 115
Gràfic 23: nombre de Temporades Gastronòmiques per restaurant, 2014. 116

1. Introducció

1.1. Antecedents

El Consorci Ripollès Desenvolupament promou des de l'any 2006 la marca de garantia Producte del Ripollès. Des de llavors ha desenvolupat una tasca intensa de creació de les associacions de productors que en formen part, ha generat una imatge de qualitat de la marca i ha fomentat una dinàmica de cooperació entre les persones que en formen part. Una de les darreres accions liderades pel Consorci Ripollès Desenvolupament durant l'any 2013 ha estat la publicació de la "Guia dels productes agroalimentaris del Ripollès", una eina estratègica per treballar els vincles entre la pagesia i el consum local de la comarca.

Malgrat la feina portada a terme durant els últims anys, encara manca un coneixement acurat de la capacitat de compravenda del producte que es produeix sota la marca de garantia Producte del Ripollès. Aquesta incògnita és un fre per poder avançar en una estratègia clara de dinamització i comercialització dels productes que es venen sota la identificació comuna. Al mateix temps, tampoc queda clara quina és la capacitat de compra dels agents locals com ara els restaurants o les carnisseries.

L'estudi que teniu a les mans es va marcar l'objectiu inicial d'identificar el potencial de la marca de qualitat Producte del Ripollès, a través d'una recerca acurada de la capacitat productiva de tots els agents que treballen sota la marca. L'estudi ha permès dibuixar un mapa dels principals agents implicats en la producció, elaboració, distribució i consum dels aliments que formen part de la marca Producte del Ripollès.

L'estudi s'ha articulat amb una metodologia operativa que ha permès identificar els principals punts forts i febles alhora de generar ocupació endògena al territori i d'implantar accions que repercuteixin d'una manera directa a consolidar l'ocupació existent i a crear-ne de nova. El sector agrari és estratègic i necessita interactuar amb la resta d'activitats empresarials per enfortir-se i per desenvolupar totes les funcions socials, ambientals i econòmiques que el caracteritzen en un territori de muntanya com el Ripollès.

1.2. Objectius

L'objectiu estratègic de l'estudi és identificar la capacitat de compravenda del producte local que es produeix i comercialitza sota la marca de garantia "Producte del Ripollès".

Objectiu específic 1: analitzar la viabilitat a mig termini de la marca "Producte del Ripollès".

- Analitzar la capacitat de producció de les associacions de productors que treballen sota la marca "Producte del Ripollès".
- Identificar el grau d'implicació actual i la voluntat a mig termini de cadascun dels productors en la dinamització de la marca "Producte del Ripollès".
- Conèixer la traçabilitat de tots els productes que es comercialitzen sota la marca (qui els ven i qui els consumeix).
- Identificar la capacitat de compra local de carnisseries i restaurants.

Objectiu específic 2: fomentar l'ús de la marca "Producte del Ripollès" entre els agents locals, fent especial èmfasi en l'àmbit de la restauració.

- Avaluar el funcionament de la "Guia dels productes agroalimentaris del Ripollès".
- Analitzar el grau de compromís en relació als productes de la marca "Producte del Ripollès".
- Identificar les necessitats dels diferents agents per tal d'augmentar el seu grau de compromís en la compravenda de producte local.
- Detallar actuacions futures per fomentar la compra de "Producte del Ripollès" per part dels agents locals de la comarca, especialment dels restaurants.

1.3. Metodologia

1a Fase: Immersió

La fase d'immersió ha consistit en recopilar, analitzar i sintetitzar tota la informació preliminar necessària per portar a terme l'estudi. Les tasques més rellevant que s'han portat a terme han estat:

- Consulta d'estudis tècnics en l'àmbit agroalimentari.
- Consulta de polítiques, plans i programes que afecten el territori i en concret el sector agroalimentari.
- Anàlisi de les dades del cens agrari 1999 i 2009.
- Anàlisi de les dades del cens ramader 2014.
- Anàlisi d'altres fonts bàsiques d'informació.

2a Fase: Disseny de les eines metodològiques

En aquesta fase s'han dissenyat les eines metodològiques necessàries per portar a terme l'estudi, que han estat:

- Guió de l'entrevista personal en profunditat (veure annex 2)
- Enquesta per al sector productiu.
- Enquesta per a les carnisseries.
- Enquesta per al sector de la restauració.

Aquestes eines han servit per recollir informació, tant quantitativa com qualitativa, dels agents estratègics. Al llarg del text s'ha incorporat frases dels agents entrevistats. Per tal de mantenir l'anonimat, s'han codificat les entrevistes amb un codi numèric que fa referència a l'ordre de les entrevistes i amb un codi alfabètic que fa referència al grup al qual pertanyen. (C: Carnisseria, CP: Càrrec Polític, CT: Càrrec tècnic, H: Hostaleria i P: Pagesia).

3a Fase: Treball de camp

El treball de camp ha consistit en la realització d'entrevistes en profunditat a 77 actors de la cadena de valor del producte local. Entre els quals 8 representants públics i càrrecs tècnics, 17 representants d'entitats del

territori vinculades a temes agroalimentaris, 25 empreses agràries, 11 carnisseries i 15 establiments d'hostaleria (veure annex 3).

A més, també s'han realitzat de manera conjunta amb altres consultors i amb l'objectiu de revisar el Pla d'Acció de Ripollès Desenvolupament, 11 sessions de treball amb un total de 23 actors (veure annex 4).

4a Fase: Anàlisi dels resultats

L'anàlisi dels resultats ha consistit en identificar els elements rellevants i estratègics que permetran obtenir resultats operatius. S'han analitzat els resultats de totes les enquestes que es mostren a l'estudi de manera integrada.

5a Fase: Jornades de treball

Per tal de contrastar els resultats de l'estudi i les línies de treball proposades, s'han realitzat tres sessions de treball amb diferents agents de la comarca:

- Presentació dels principals resultats del treball al personal tècnic del Consorci Ripollès Desenvolupament i del Consell Comarcal del Ripollès (Octubre de 2014).
- Sessió de treball amb sis tècnics del Consorci Ripollès Desenvolupament per consensuar el Pla d'Acció de l'Àmbit Agroalimentari (Octubre de 2014).
- Presentació dels principals resultats del treball als representats de les principals entitats públiques i privades de la comarca (Desembre de 2015).

6a Fase: Redacció de l'informe final

L'estudi es dóna per tancat amb la redacció de l'informe final on es detalla el procés metodològic, es redacta amb un llenguatge entenedor tot el procés d'anàlisi i es descriuen les accions futures que es deriven del nou coneixement adquirit. Aquest estudi ha de servir, entre altres coses, per facilitar la presa de decisions per escollir el camí a seguir en el suport a la producció i promoció del Producte Ripollès.

2. El sector agrari del Ripollès

Històricament el sector agrari del Ripollès s'havia caracteritzat pels ramats d'ovella. El territori és idoni per pasturar, ja que gairebé no hi ha camps per conrear i preparar el menjar per altres animals d'engreix. Tot i així el més comú era trobar explotacions ramaderes de muntanya diversificades on el més important era el ramat d'ovelles però també s'hi criaven vedells, poltres, gallines i conills. El procés d'industrialització de la segona meitat del segle XX ha anat discriminant les explotacions agràries familiars tradicionals per donar pas a una especialització productiva que actualment se centra sobretot en la cria de vedells en règim extensiu.

El primer que cal fer per entendre el sector productiu d'una zona és conèixer com es distribueix la superfícies agrària i com ha evolucionat en els darrers anys. La Taula 1 mostra com el Ripollès és la comarca de les terres gironines amb la superfície més reduïda de terres llaurades que només significa el 6% del total, mentre que la mitja de les comarques gironines és del 45,9%. Per la seva banda, les pastures permanents són molt representatives ocupant més de la meitat de tota la superfície (57,1%), sent el percentatge més elevat de l'Àmbit Territorial. El terreny forestal representa el 26,9% del total de la superfície sent una dada que s'acosta a la mitja de les comarques gironines. El que mostren les dades de distribució de la superfície agrària al Ripollès en comparació amb la resta de comarques és que hi ha un predomini molt elevat de les pastures permanents. Tot i així, s'ha de tenir en compte que les 21.654 hectàrees censades l'any 2009 representen una reducció del 33% si les comparem amb dades del cens del 1999 on se'n comptabilitzaven 32.348 hectàrees de pastures permanents.

Taula 1: distribució de la superfície agrària. Catalunya, 2009.

Àmbit territorial	Terres llaurades		Pastures permanents		Terreny forestal		Total
	Ha.	%	Ha.	%	Ha.	%	
Alt Empordà	37342	58,5%	10123	15,9%	14677	23,0%	63835
Baix Empordà	19875	75,4%	796	3,0%	5163	19,6%	26344
Garrotxa	7377	26,2%	7512	26,7%	12347	43,9%	28148
Gironès	13965	67,1%	1173	5,6%	5350	25,7%	20818
Pla de l'Estany	8728	61,0%	1109	7,7%	4236	29,6%	14313
Ripollès	**2266**	**6,0%**	**21654**	**57,1%**	**10194**	**26,9%**	**37941**
Selva	10250	39,4%	1943	7,5%	12477	48,0%	26015
Comarques Gironines	99803	45,9%	44310	20,4%	64443	29,6%	217413
Catalunya	792.425	48,2%	355.107	21,6%	360.511	21,9%	1644718

Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE, 2014.

El segon que cal analitzar per entendre la dinàmica agrària d'una comarca és quina tipologia d'explotacions agràries la caracteritza i com ha variat al llarg dels anys. Tal i com mostra la Taula 1, a la comarca la superfície apta pel conreu és molt reduïda. La següent taula mostra el canvi entre el cens de 1999 i 2009 per als conreus herbacis, que suposaven l'any 2009 gairebé el 100% de les terres llaurades.

Taula 2: conreus herbacis segons cens agrari. Ripollès, 1999 i 2009.

Conreus herbacis	1999		2009		Variació	
	explot.	ha	explot.	ha	explot.	Ha
Cereals per a gra	77	471	53	348	-31%	-26%
Lleguminoses per a gra	0	0	0	0	0%	0%
Patata	40	17	22	17	-45%	0%
Conreus industrials	0	0	1	6	0%	0%
Conreus farratgers	167	1354	128	1764	-23%	30%
Hortalisses	47	15	28	10	-40%	-33%

Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE, 2014.

Les dades de la taula anterior mostren, per una banda, el pes poc significatiu dels conreus, i remarca, per una altra, la importància de les pastures permanents i del terreny forestal. És aquesta geografia la que determina que la comarca del Ripollès sigui un territori eminentment ramader. La següent taula mostra com es distribueixen les diferents orientacions productives a la comarca i com han variat durant l'últim període intercensal.

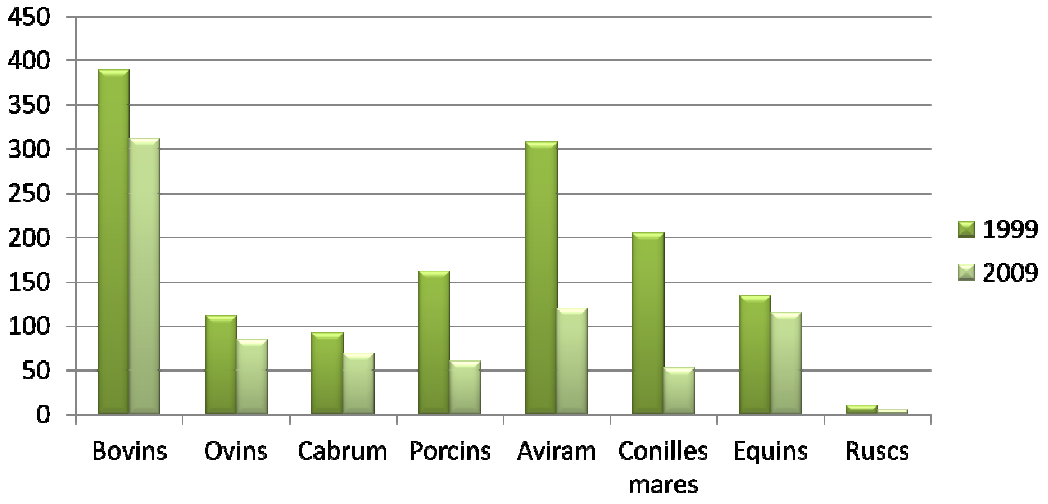
Taula 3: espècies ramaderes segons cens agrari. Ripollès, 1999 i 2009.

Espècies ramaderes	1999		2009		Variació	
	explot.	caps	explot.	caps	explot.	Caps
Bovins	389	23915	312	23575	-20%	-1%
Ovins	111	17488	84	12201	-24%	-30%
Cabrum	92	1512	69	1318	-25%	-13%
Porcins	162	28207	60	16038	-63%	-43%
Aviram	307	20476	120	3630	-61%	-82%
Conilles mares	205	1707	52	535	-75%	-69%

Equins	134	1132	115	1344	-14%	19%
Ruscs	10	153	5	36	-50%	-76%

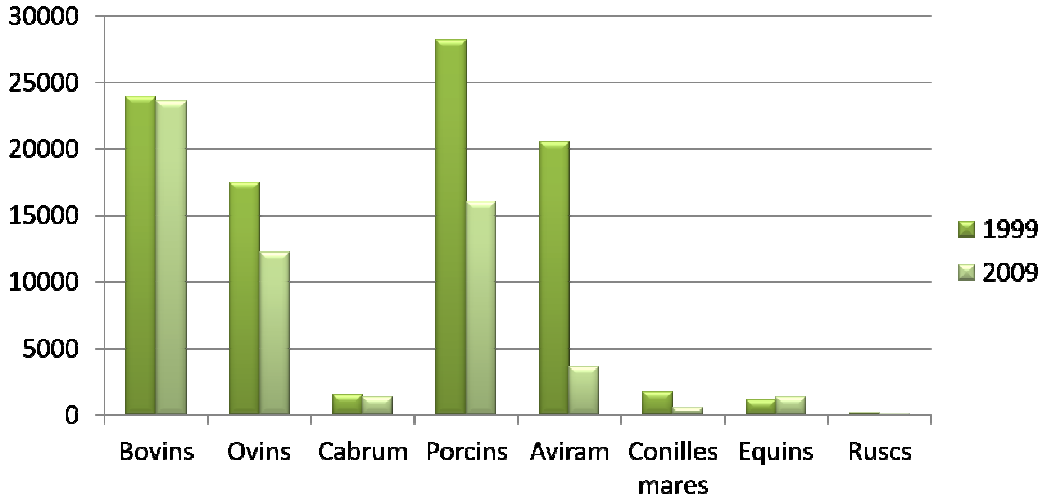
Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE, 2014.

Gràfic 1: variació de les explotacions ramaderes segons cens agrari. Ripollès, 1999 i 2009.



Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE, 2014.

Gràfic 2: variació dels caps de bestiar segons cens agrari. Ripollès, 1999 i 2009.



Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE, 2014.

Si s'observen les dades recollides pel cens agrari s'identifica que:

- L'any 2009 l'orientació productiva predominant és la bovina. Es redueixen les explotacions ramaderes en un 20% respecte l'any 1999, però es manté la cabana amb una disminució anecdòtica de l'1% dels animals bovins. Les explotacions que resisteixen augmenten la mitjana del nombre d'animals per granja.
- L'oví i el cabrum presenten una disminució entre l'any 1999 i 2009 al voltant del 25% en el nombre d'explotacions ramaderes, i pel que fa a la cabana les ovelles es redueixen en un 30% i les cabres només un 13%. De fet, els ramats del Ripollès són mixtes entre oví i cabrum. És anecdòtic trobar un ramat exclusivament de cabres, a no ser que siguin lleteres. En aquest sentit la reducció del nombre de cabres no és tan significativa com la d'ovelles perquè en la gran majoria dels casos es dóna que al ramat d'ovelles hi acompanyen algunes cabres.
- El porcí redueix en un 63% el nombre d'explotacions i en un 43% la cabana. La gran majoria de les 60 explotacions ramaderes que identifica el cens l'any 2009 són d'autoconsum. Una minoria produeixen porcí integrat amb els cicles de l'agroindústria i només tres explotacions porcines del Ripollès produeixen en cicle tancat.
- L'aviram i les conilles mares presenten una tendència molt similar. Són dues produccions que al Ripollès formaven part de l'economia domestica i l'autoconsum. L'evolució del model productiu ha forçat que moltes d'aquestes orientacions productives desapareguin, tal i com es reflexa en els percentatges de reducció entre el 60% i el 80%.
- L'equí presenta una dinàmica diferent a la resta de subsectors. La variació percentual de les explotacions entre els anys 1999 i 2009 es redueixen en un 14%, però el nombre d'animals augmenten en un 19%. Aquest fet manifesta que la producció equina es manté amb certes garanties de continuïtat.
- El sector apícola és poc representatiu a la comarca. L'any 2009 només s'identifiquen 5 explotacions dedicades a la producció de mel amb una reducció de la cabana del 76% respecte l'any 1999. Actualment a la comarca només hi ha 3 explotacions actives, tot i que és una comarca que acull ruscos d'altres territoris en determinats moments de l'any.

L'anàlisi del cens agrari mostra una fotografia general de com es comporta el Ripollès des d'un punt de vista productiu. Tot seguit s'analitzen altres fonts d'informació i es detalla l'estudi per subsectors productius.

2.1. La producció

La producció agrària d'un territori sempre és dinàmica i versàtil. Quan es vol captar una fotografia cal cercar les dades que ens aproximin a aquella realitat. Per poder conèixer amb el màxim detall possible el sector productiu de la comarca del Ripollès s'ha realitzat un treball acurat de les dades del cens de 2013 que s'han creuat amb les de la DUN[1] i les del SIR[2]. Per tal de treballar sobretot amb el sector productiu, s'ha depurat la matriu traient les explotacions d'autoconsum. La taula següent mostra les diferències en les dades secundàries en funció de la font i de la seva depuració.

Taula 4: nombre d'explotacions ramaders. Ripollès, 2009 i 2013.

Espècie ramadera	Cens ramader (2013)	Cens ramader depurat (2013)	Cens agrari (2009)
Boví de carn	306	264	312
Boví de llet	15	16	24
Oví – cabrum	146	51	84
Equí	147	73	115
Porcí	115	21	60

Font: Idescat i SIR, 2009 i 2013.

Les dades anteriors mostren la dificultat en quantificar l'activitat ramadera d'un territori. Per tenir una imatge més acurada tot seguit es realitza una aproximació per sectors productius.

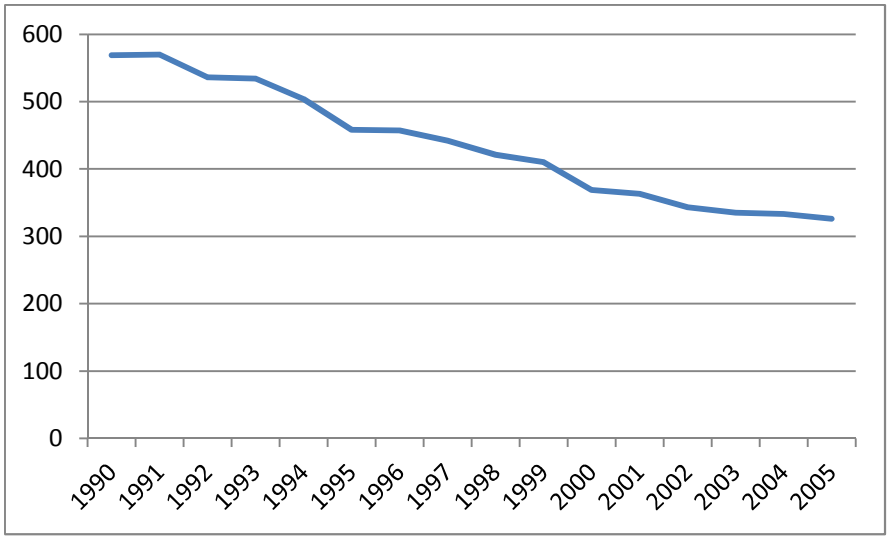
[1] La Declaració Única Agrària (DUN) és la declaració anual que de forma obligatòria ha de realitzar la persona titular de l'explotació agrària que vulgui sol·licitar determinats ajuts i/o hagi d'efectuar determinades declaracions.

[2] El Sistema d'Informació Ramadera (SIR) és el programa que empra el DAAM per gestionar la informació de les explotacions ramaderes catalanes. És la base de dades més actualitzada pel que fa al sector ramader.

2.1.1. Boví de carn

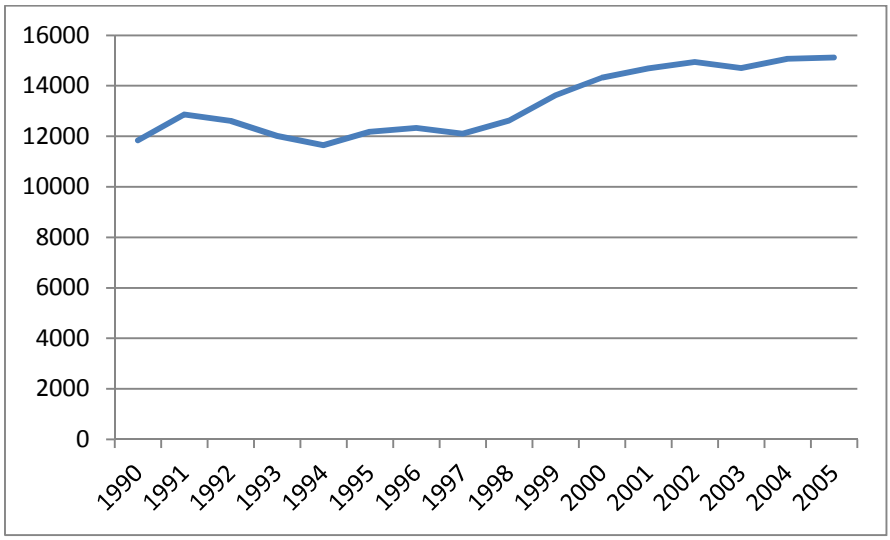
Actualment el boví de carn és l'activitat ramadera per excel·lència a la comarca del Ripollès. Els següents gràfics mostren la tendència dels últims anys a reduir el nombre d'explotacions i a augmentar la mitjana d'animals en cada granja. Des de l'any 1990 s'han reduït les explotacions de boví de carn de 569 a 326, mentre el nombre total d'animals ha passat de 11.833 a 15.123. Aquestes dades mostren com la mitjana de caps de bestiar per explotació ha passat de 20,80 a 46,39 animals, i com des de finals dels anys noranta el nombre de bestiar boví augmenta.

Gràfic 3: evolució del nombre d'explotacions de boví. Ripollès, 1990-2005.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

Gràfic 4: evolució del nombre de caps de bestiar de boví. Ripollès, 1990-2005.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

Taula 5: explotacions de boví de carn. Ripollès, 2014.

Municipis	Boví de carn (2014)								
	% núm. expl.	Explo.	< 20 femelles	20 < 60 femelles	> 60 femelles	capacitat engreix	cens engreix	capacitat femelles	cens femelles
Campdevànol	6,8%	18	6	8	4	281	58	1138	728
Campelles	2,7%	7	4	3	0	24	0	294	134
Camprodon	11,7%	31	9	18	4	155	54	1700	1199
Gombrèn	2,7%	7	5	1	1	28	0	322	162
Les Llosses	12,1%	32	6	20	6	610	252	1752	1228
Llanars	6,1%	16	4	10	2	250	42	833	626
Molló	5,3%	14	3	4	7	174	0	1098	879
Ogassa	4,2%	11	2	4	5	311	58	741	554
Pardines	3,8%	10	0	4	6	100	4	871	753
Planoles	1,5%	4	2	2	0	0	0	162	111
Queralbs	3,4%	9	1	1	7	143	27	886	671
Ribes de Freser	5,3%	14	4	6	4	185	32	952	693
Ripoll	6,8%	18	9	7	2	483	128	1125	799
St. Joan de les Abadesses	7,6%	20	7	11	2	170	162	941	643
St. Pau de Segúries	1,5%	4	2	1	1	30	8	117	95
Setcases	3,0%	8	1	5	2	5	0	650	471
Toses	1,9%	5	1	4	0	0	0	229	150
Vallfogona del Ripollès	5,3%	14	2	11	1	253	96	612	484
Vilallonga de Ter	11,0%	29	7	15	7	251	9	1753	1364
Ripollès	100,0%	271	75	135	61	3453	930	16176	11744

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

La taula anterior mostra la distribució dels caps de bestiar boví en els municipis de la comarca. Les Lloses, Camprodon i Vilallonga de Ter són els tres municipis amb un percentatge més elevat de bestiar boví, mentre que Campelles, Gombrèn i Sant Pau de Seguries són els que en tenen menys.

Pel que fa a la dimensió de les explotacions ramaderes el gruix més important, un 49,8%, tenen entre 20 i 60 cap de bestiar. L'altra meitat queda repartida entre explotacions petites de menys de 20 caps i les que en tenen més de 60.

La següent taula i gràfic mostren, amb dades de 2006 i 2004, com ha variat els cens i la capacitat d'engreix de bestiar boví a la comarca. S'observa com la comarca perd el 47,2% del cens d'engreix en l'últim període

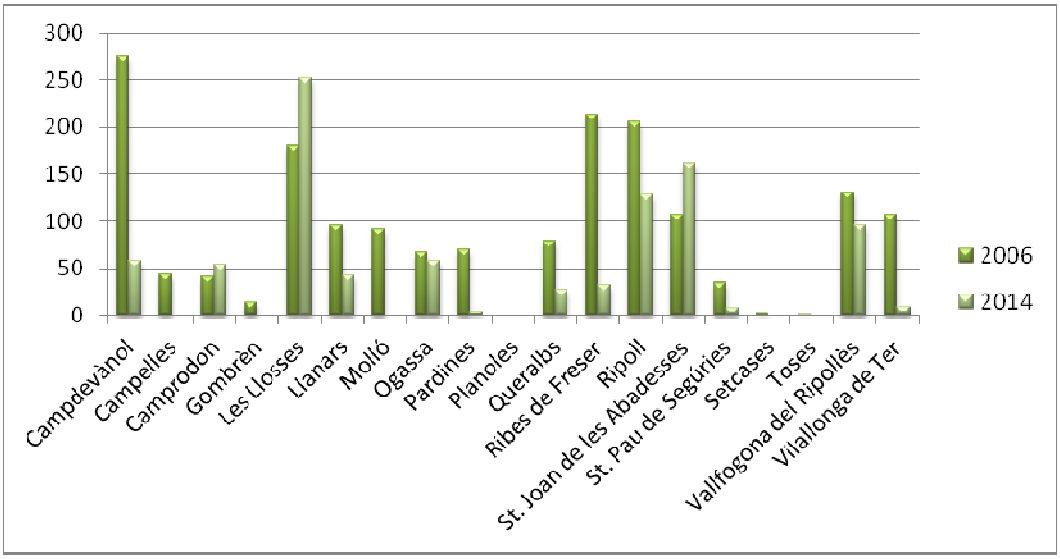
pressupostari. Tots els municipis redueixen la seva cabana d'engreix, menys Les Llosses i Sant Joan de les Abadesses, municipis on una de les explotacions puntures de la comarca té les seves granges d'engreix.

Taula 6: cens d'engreix i de femelles de boví de carn. Ripollès, 2006 i 2014.

Municipis	2006		2014	
	cens engreix	cens femelles	cens engreix	cens femelles
Campdevànol	276	568	58	728
Campelles	44	159	0	134
Camprodon	41	1204	54	1199
Gombrèn	14	256	0	162
Les Llosses	180	1398	252	1228
Llanars	96	627	42	626
Molló	91	929	0	879
Ogassa	67	559	58	554
Pardines	70	472	4	753
Planoles	0	99	0	111
Queralbs	79	504	27	671
Ribes de Freser	213	744	32	693
Ripoll	206	755	128	799
St. Joan de les Abadesses	107	625	162	643
St. Pau de Segúries	35	137	8	95
Setcases	2	468	0	471
Toses	1	169	0	150
Vallfogona del Ripollès	131	441	96	484
Vilallonga de Ter	107	1247	9	1364
Ripollès	**1760**	**11361**	**930**	**11744**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

Gràfic 5: canvi del cens d'engreix de boví de carn. Ripollès, 2006 i 2014.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

La taula anterior mostra la reducció rellevant des de l'any 2006 fins al 2014, de gairebé el 50% del nombre de vedells que s'engreixen a la comarca. Dos dels motius principals pels quals els ramaders argumenten que el Ripollès no és una comarca apta per l'engreix són el clima i la disponibilitat de camps per fer el menjar.

2.1.2. Boví de llet

El boví de llet és un dels sectors que ha reduït d'una manera més dràstica el seu nombre d'explotacions i d'animals. La política agrària comunitària no ha primat la producció lletera a les zones de muntanya, fet que ha dificultat mantenir les explotacions més petites i les que no s'elaboren la seva pròpia llet. El descens més accentuat es va donar a finals dels anys vuitanta i principi dels noranta, quan les produccions es van anar concentrant a les planes cerealistes i farratgeres.

La taula següent mostra les explotacions de llet de vaca que actualment estan actives a la comarca. Tal i com es pot observar, només 16 explotacions ramaderes s'hi dediquen. La taula també mostra com estan concentrades en quatre municipis: Les Llosses, Ribes de Freser, Sant Joan de les Abadesses i Sant Pau de Seguries.

Taula 7: explotacions de boví de llet. Ripollès, 2014.

Municipis	Boví de llet (2014)								
	% núm. expl.	Explot.	< 15 femelles	15 < 35 femelles	> 35 femelles	capacitat engreix	cens engreix	capacitat femelles	cens femelles
Campdevànol	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Campelles	6,3%	1	0	1	0	0	0	26	17
Camprodon	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Gombrèn	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Les Llosses	18,8%	3	0	1	2	40	26	121	100
Llanars	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Molló	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Ogassa	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Pardines	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Planoles	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Queralbs	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Ribes de Freser	18,8%	3	0	2	1	70	0	216	139
Ripoll	6,3%	1	0	1	0	0	0	20	19
St. Joan de les Abadesses	31,3%	5	0	3	2	96	37	301	194
St. Pau de Segúries	6,3%	1	0	0	1	38	21	57	48
Setcases	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Toses	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Vallfogona del Ripollès	12,5%	2	2	0	0	0	0	67	17
Vilallonga de Ter	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Ripollès	100,0%	**16**	**2**	**8**	**6**	**244**	**84**	**808**	**534**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

Taula 8: explotacions que elaboren llet de vaca. Ripollès, 2014.

Nom de l'explotació	Municipi	Productes	Producte del Ripollès
Mas el Lladré	Les Llosses	Formatge, iogurt, llet i altres derivats	Si
Mas Pujol de Dachs	Les Llosses	Formatge i mantega	No
Batet	Ribes de Freser	Iogurt i llet	No
La Folcrà	Sant Joan de les Abadesses	Llet i llet fermentada	Si
La Moixa	Llanars	Iogurt i formatge fresc	No

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del treball de camp, 2014.

La taula anterior detalla les explotacions ramaderes del Ripollès que elaboren actualment la totalitat o una part de la seva llet, ja sigui en iogurt, formatge o altres derivats làctics. Algunes formen part de la marca de garantia Producte del Ripollès i altres no.

2.1.3. Oví de carn

Els ramats de xai, i sobretot de la raça ripollesa, han caracteritzat la comarca des de fa molts anys. Als pobles hi havia ramats i era una activitat econòmica que o bé era la principal, o bé complementava l'economia agrària familiar. Actualment els ramats estan desapareixen. Els estils de vida nous fan feixuga una feina que necessita dedicació i que no està ben valorada, ni social ni econòmicament. Un dels comentaris que es repeteix sovint entre el sector és que la vaca de carn ha desplaçat els ramats d'ovelles perquè són de més bon maneig. La taula següent mostra les dades més rellevants per municipis.

Taula 9: explotacions d'oví de carn. Ripollès, 2014.

Municipis	Oví de carn (2014)							
	% núm. expl.	Explot.	< 10 femelles	10 < 50 femelles	50 < 250 femelles	> 250 femelles	capacitat femelles	cens femelles
Campdevànol	12,6%	12	2	8	1	1	2971	1326
Campelles	1,1%	1	0	1	0	0	18	15
Camprodon	13,7%	13	6	5	1	1	1109	615
Gombrèn	2,1%	2	1	0	0	1	820	458
Les Llosses	7,4%	7	2	2	2	1	1275	488
Llanars	5,3%	5	3	1	1	0	375	152
Molló	4,2%	4	2	0	1	1	156	124
Ogassa	6,3%	6	2	2	1	1	931	702
Pardines	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Planoles	1,1%	1	1	0	0	0	30	7
Queralbs	3,2%	3	0	1	1	1	914	552
Ribes de Freser	5,3%	5	1	3	1	0	472	268
Ripoll	9,5%	9	5	2	1	1	922	662
St. Joan de les Abadesses	11,6%	11	3	2	5	1	1378	939
St. Pau de Segúries	5,3%	5	1	3	1	0	336	202
Setcases	1,1%	1	0	0	0	0	0	0
Toses	1,1%	1	0	0	1	0	300	130
Vallfogona del Ripollès	6,3%	6	3	1	2	0	729	476
Vilallonga de Ter	3,2%	3	1	2	0	0	295	30
Ripollès	**100,0%**	**95**	**33**	**33**	**19**	**9**	**13031**	**7146**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

Quan es demana als ramaders quan ramats de xais queden a la comarca la xifra volta els 30-40 ramats de xais. Les dades mostren com el total és de 95, tot i que gairebé dues terceres parts de les explotacions ramaderes tenen menys de 50 femelles. Només 9 explotacions de la comarca tenen més de 250 caps de bestiar. Els municipis amb més explotacions d'oví de carn són Camprodon, Campdevànol i Sant Joan de les Abadesses. Per tant, ramats que generin una activitat econòmica suficient que per viure'n o perquè sigui un complement a un altre subsector n'hi ha pocs. Només el 29,5% tenen més de 50 femelles i es calcula que, avui dia en funció del maneig i els canals de venda, els ramats de producció de carn han de ser de més de 200 ovelles per acostar-se a un llindar de viabilitat raonable.

Molts dels ramats petits es mantenen, o bé per un tema pràctic de manteniment de l'entorn o bé per una qüestió cultural i sentimental. Molts dels ramats petits que queden al Ripollès encara els porten els avis jubilats.

> "De les ovelles se'n cuida el pare... què té vuitanta anys" (33P).
>
> "El sector de l'oví de la comarca és de gent gran, pastors jubilats que es resisteixen a plegar" (68P).

2.1.4. Oví de llet

El subsector de l'oví de llet a la comarca és anecdòtic. Només hi ha una explotació d'oví que es dediqui a munyir les ovelles, produir llet i elaborar-la. Està situada a Campdevànol i té una cabana d'unes 100 ovelles. Elaboren formatge i iogurt quan és temporada.

2.1.5. Cabrum de carn

La gran majoria de ramats de cabrum de la comarca estan integrats amb ramats d'ovelles. L'estructura més comuna en les explotacions de la comarca és que predominen les ovelles i que hi hagi un percentatge reduït de cabres que l'acompanyen. La taula següent mostra les dades més rellevants per municipis.

Taula 10: explotacions de cabrum de carn. Ripollès, 2014.

Municipis	Cabrum de carn (2014)							
	% núm. expl.	Explot.	< 10 femelles	10 < 20 femelles	20 < 50 femelles	> 50 femelles	capacitat femelles	cens femelles
Campdevànol	6,7%	5	4	0	0	1	151	80
Campelles	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Camprodon	8,0%	6	6	0	0	0	218	37
Gombrèn	4,0%	3	2	1	0	0	72	33
Les Llosses	16,0%	12	5	4	3	0	349	157
Llanars	1,3%	1	0	1	0	0	11	11
Molló	5,3%	4	4	0	0	0	100	24
Ogassa	6,7%	5	3	2	0	0	48	33
Pardines	1,3%	1	1	0	0	0	10	4
Planoles	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Queralbs	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Ribes de Freser	5,3%	4	4	0	0	0	46	15
Ripoll	13,3%	10	5	3	1	1	382	169
St. Joan de les Abadesses	16,0%	12	4	5	2	1	377	247
St. Pau de Segúries	4,0%	3	3	0	0	0	39	14
Setcases	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Toses	1,3%	1	1	0	0	0	8	5
Vallfogona del Ripollès	9,3%	7	2	1	4	0	194	145
Vilallonga de Ter	1,3%	1	1	0	0	0	4	2
Ripollès	100,0%	75	45	17	10	3	2009	976

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

La taula anterior mostra com els municipis on es concentren un major nombre d'explotacions de cabrum són Sant Joan de les Abadesses, Les Llosses i Ripoll. També s'observa com els ramats són molt petits. Només 3 explotacions tenen més de 50 femelles, mentre que el 60% en té menys de 10. Les dades mostren el caràcter complementari als ramats d'oví d'aquesta orientació productiva.

2.1.6. Cabrum de llet

El sector del cabrum de llet està representat per una única explotació a la comarca. Està situada a Campdevànol amb una cabana d'unes 150 cabres payoyes, típiques de la Sierra de Grazalema. Elabora diferents tipus de formatge i altres elaborats làctics.

2.1.7. Porcí

El sector porcí a la comarca ha significat tradicionalment, o bé, un complement a la renda de les explotacions, o bé, una producció d'autoconsum. La taula següent mostra les dades més rellevants per municipis.

Taula 11: explotacions de porcí. Ripollès, 2014.

Municipis	Porcí (2014)								
	% núm. expl.	Explot.	Integrat	Cicle tancat	Consum propi	capacitat engreix	cens engreix	capacitat femelles	cens femelles
Campdevànol	13,0%	7	3	0	4	3594	3160	1	1
Campelles	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Camprodon	14,8%	8	2	0	6	1347	1302	1	1
Gombrèn	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Les Llosses	20,4%	11	2	1	8	1461	863	44	29
Llanars	11,1%	6	1	0	5	232	215	0	0
Molló	5,6%	3	0	0	3	10	9	0	0
Ogassa	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Pardines	1,9%	1	1	0	0	660	520	0	0
Planoles	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Queralbs	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Ribes de Freser	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Ripoll	5,6%	3	3	0	0	1663	1602	488	488
St. Joan de les Abadesses	18,5%	10	3	2	5	3635	3463	79	65
St. Pau de Segúries	3,7%	2	2	0	0	1719	1696	0	0
Setcases	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Toses	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Vallfogona del Ripollès	3,7%	2	1	0	1	1323	1252	9	5
Vilallonga de Ter	1,9%	1	0	0	1	2	2	0	0
Ripollès	100,0%	**54**	**18**	**3**	**33**	**15646**	**14084**	**622**	**589**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

Les dades mostres com actualment només hi ha 3 granges de porcí a la comarca que facin el cicle tancat, és a dir que criïn els seus propis garrins i els engreixin. També n'hi ha 18 d'integrades que es concentren en Les Llosses, Sant Joan de les Abadesses, Camprodon i Campdevànol.

2.1.8. Equí

El sector equí es un dels que ha experimentat un creixement més notable en els últims anys, sobretot gràcies a la posada en valor de la carn de poltre com un aliment saludable. La taula següent mostra les dades més rellevants per municipis.

Taula 12: explotacions d'equí de carn. Ripollès, 2014.

Municipis	Equí de carn (2014)								
	% núm. expl.	Explot.	< 10 femelles	10 < 25 femelles	> 25 femelles	capacitat engreix	cens engreix	capacitat femelles	cens femelles
Campdevànol	5,5%	4	4	0	0	0	0	25	11
Campelles	4,1%	3	3	0	0	5	0	45	18
Camprodon	11,0%	8	6	1	1	1	1	103	54
Gombrèn	5,5%	4	4	0	0	0	0	44	18
Les Llosses	6,8%	5	5	0	0	4	4	28	21
Llanars	8,2%	6	4	1	1	72	54	152	80
Molló	20,5%	15	9	4	2	11	11	280	206
Ogassa	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Pardines	2,7%	2	1	1	0	15	15	40	21
Planoles	0,0%	0	0	0	0	0	0	0	0
Queralbs	9,6%	7	2	5	0	3	1	146	96
Ribes de Freser	2,7%	2	2	0	0	0	0	16	5
Ripoll	4,1%	3	3	0	0	6	6	20	14
St. Joan de les Abadesses	4,1%	3	2	1	0	0	0	31	23
St. Pau de Segúries	2,7%	2	1	1	0	15	14	27	24
Setcases	8,2%	6	3	2	1	5	1	93	75
Toses	1,4%	1	0	0	1	0	0	60	47
Vallfogona del Ripollès	2,7%	2	0	2	0	0	0	34	24
Vilallonga de Ter	13,7%	10	6	4	0	3	3	122	83
Ripollès	100,0%	**83**	**55**	**22**	**6**	**140**	**110**	**1266**	**820**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

De la taula anterior s'observa com són els municipis de Molló, Vilallonga de Ter i Camprodon els que presenten un major nombre d'explotacions de bestiar equí. També es constata que la major part d'explotacions de la comarca tenen un nombre reduït de caps de bestiar. El 63,8% de les explotacions d'equí tenen menys de 10 femelles i només el 7,2% en té més de 25. Aquestes dades mostren com les explotacions d'equí són, en la major part dels casos, un complement a altres orientacions productives.

2.1.9. Aviram

L'aviram és un sector que a la comarca del Ripollès no està representat professionalment. Tal i com passava amb el porc, l'aviram ha estat tradicionalment un complement a la renda de les famílies pageses, així com un element d'autoconsum. La taula següent mostra les dades més rellevants per municipis.

Taula 13: explotacions d'aviram. Ripollès, 2014.

Municipis		Gallines i pollastres (2014)						
	% núm. expl.	Explot.	Profes.	Autocon.	capacitat engreix	cens engreix	capacitat femelles	cens femelles
Campdevànol	5,1%	4	0	4	65	12	0	0
Campelles	5,1%	4	0	4	20	0	31	10
Camprodon	10,3%	8	0	8	60	87	90	49
Gombrèn	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Les Llosses	14,1%	11	0	11	170	95	22	25
Llanars	7,7%	6	0	6	70	70	18	18
Molló	6,4%	5	0	5	0	40	36	9
Ogassa	3,8%	3	0	3	0	20	0	7
Pardines	2,6%	2	0	2	15	15	40	21
Planoles	1,3%	1	0	1	20	0	0	0
Queralbs	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Ribes de Freser	3,8%	3	0	3	15	4	0	0
Ripoll	15,4%	12	1	11	8172	95	110	50
St. Joan de les Abadesses	9,0%	7	1	6	1393	915	21	17
St. Pau de Segúries	2,6%	2	0	2	45	15	0	0
Setcases	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Toses	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Vallfogona del Ripollès	7,7%	6	0	6	92	49	0	0
Vilallonga de Ter	5,1%	4	0	4	30	28	15	9
Ripollès	**100,0%**	**78**	**2**	**76**	**10167**	**1445**	**383**	**215**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

Les dades de la taula anterior exemplifiquen d'una manera molt clara el caràcter residual de les explotacions d'aviram a la comarca. De les 78 explotacions censades, només 2 s'hi dediquen de manera professional. Totes dues són explotacions ecològiques, una que fa venda directa i l'altra que està inserida en un model d'integració amb una empresa d'Osona.

2.1.10. Apícola

El sector apícola a la comarca del Ripollès no és representatiu. Malgrat la geografia sigui idònia per tenir ruscos, la realitat és que les explotacions apícoles censades a la comarca són molt poques. La taula següent mostra les dades més rellevants per municipis.

Taula 14: explotacions apícoles. Ripollès, 2014.

Municipis		Abelles (2014)						
	% núm. expl.	Explot.	Profes.	Autocon.	capacitat estant	cens estant	capacitat transh.	cens transh.
Campdevànol	16,7%	2			45	15	0	0
Campelles	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Camprodon	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Gombrèn	8,3%	1	1	0	2	0	550	473
Les Llosses	8,3%	1	0	1	15	3	0	0
Llanars	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Molló	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Ogassa	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Pardines	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Planoles	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Queralbs	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Ribes de Freser	25,0%	3	1	2	63	25	30	18
Ripoll	8,3%	1	0	1	25	25	0	0
St. Joan de les Abadesses	16,7%	2	0	2	10	8	34	34
St. Pau de Segúries	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Setcases	8,3%	1	1	0	0	0	50	8
Toses	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Vallfogona del Ripollès	8,3%	1	0	1	15	2	0	0
Vilallonga de Ter	0,0%	0	0	0	0	0	0	0
Ripollès	100,0%	12	3	7	175	78	664	533

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

Les dades anteriors mostren com el cens comptabilitza 12 explotacions apícoles a la comarca, tot i que de professionals només n'hi ha 3 als municipis de Setcases, Ribes de Freser i Gombrèn.

2.1.11. La trumfa

Les comarques de muntanya es caracteritzen per ser un dels llocs idonis per al conreu de la patata, coneguda al Ripollès com a trumfa. A la comarca, segons el cens agrari de 2009, hi ha 22 explotacions que es dediquen al conreu de la trumfa amb un total de 17 hectàrees.

Taula 15: explotacions de trumfa. Ripollès, 2014.

Municipis	Total (2009)		Secà		Regadiu	
	explot.	ha	explot.	ha	explot.	ha
Campdevànol	1	2	1	2	0	0
Campelles	1	1	1	1	0	0
Camprodon	5	2	5	2	0	0
Gombrèn	0	0	0	0	0	0
Llanars	3	3	3	3	1	1
Llosses, les	0	0	0	0	0	0
Molló	3	2	3	2	0	0
Ogassa	0	0	0	0	0	0
Pardines	0	0	0	0	0	0
Planoles	0	0	0	0	0	0
Queralbs	0	0	0	0	0	0
Ribes de Freser	0	0	0	0	0	0
Ripoll	0	0	0	0	0	0
Sant Joan de les Abadesses	0	0	0	0	0	0
Sant Pau de Segúries	4	1	3	0	1	0
Setcases	0	0	0	0	0	0
Toses	1	2	0	0	1	2
Vallfogona de Ripollès	1	1	1	1	0	0
Vilallonga de Ter	3	4	3	4	0	0
Ripollès	22	17	20	14	3	3

Font: Idescat, a partir de dades del Cens agrari de l'INE, 2014.

2.1.12. Horta i fruita

A la comarca del Ripollès no hi ha cap explotació professionals que es dediqui ni a la fruita ni a l'horta. El que si que hi ha són horts familiars que, sobretot a l'estiu, produeixen aliments per a l'autoconsum. Passa el mateix amb els arbres fruiters, en què encara es mantenen algunes varietats antigues de pomeres o cireres.

> "Abans hi havia fruita a tots els pobles... poma, pera, cirera... s'ha anat perdent perquè ara ve tot de fora" (71CP).

Taula 16: explotacions d'horta. Ripollès, 2014.

Municipis	Total		Secà		Regadiu	
	explot.	ha	explot.	ha	explot.	ha
Campdevànol	4	0	0	0	4	0
Campelles	0	0	0	0	0	0
Camprodon	4	0	0	0	4	0
Gombrèn	0	0	0	0	0	0
Llanars	3	0	0	0	3	0
Llosses, les	4	1	2	1	2	0
Molló	0	0	0	0	0	0
Ogassa	1	0	0	0	1	0
Pardines	2	0	0	0	2	0
Planoles	0	0	0	0	0	0
Queralbs	0	0	0	0	0	0
Ribes de Freser	2	6	0	0	2	6
Ripoll	0	0	0	0	0	0
Sant Joan de les Abadesses	2	0	1	0	1	0
Sant Pau de Segúries	1	0	0	0	1	0
Setcases	0	0	0	0	0	0
Toses	0	0	0	0	0	0
Vallfogona de Ripollès	2	1	1	0	1	1
Vilallonga de Ter	3	0	0	0	3	0
Ripollès	28	10	4	2	24	8

Font: Idescat, a partir de dades del Cens agrari de l'INE, 2014.

L'octubre de 2014 es van celebrar unes jornades tècniques a Ribes de Freser que portaven per títol "Producció agrícola ecològica i la seva cuina en zones de muntanya". Les presentacions de les persones que van participar van posar de manifest que la muntanya havia estat antigament un rebost per a altres zones de Catalunya amb productes com la patata o la poma. En aquest sentit, hi ha una tasca de recerca a desenvolupar per tal de valorar el posicionament estratègic de les varietats antigues de les zones com el Ripollès. Per exemple a la comarca s'han detectat les següents varietats antigues d'horta[3]: carbassa de cabell d'àngel, carbassa del bon gust, carbassó comú del país, ceba vigatana, col de paperina, col borrugada o ripollesa, enciam carxofet, enciam escaroler, mongeta del ganxet, fesol de Santa Pau, mongeta perona tendra, mongeta del Carall, pebrot del bitxo. Aquest patrimoni alimentari encara es manté en algunes explotacions agràries familiars de manera anecdòtica.

[3] Dades facilitades per l'Espigal SCP (www.espigal.cat).

2.1.13. Caça

La carn de caça és una de les assignatures pendents tant al Ripollès com a la resta de Catalunya. Hi ha una demanada, però en la major part dels casos no està organitzada l'oferta ni la traçabilitat d'aquesta.

> "Cada vegada hi ha menys caçadors i no està ben feta la traçabilitat. Podria funcionar però no sé com" (71CP).

L'escorxador de Ribes de Freser està preparat perquè la carn pugui sortir amb el registre corresponent. Hi ha una empresa que s'hi dedica des de fa uns anys.

2.1.14. Altres productes

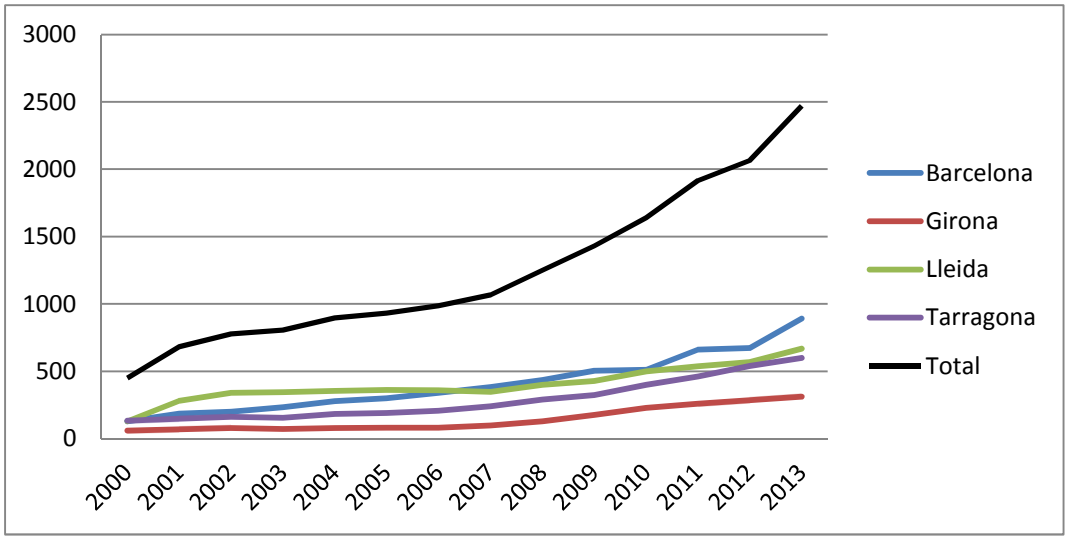
A banda de les produccions ramaderes que s'acaben d'analitzar a través de les dades del cens ramader, a la comarca hi ha altres activitats productives que, de moment, són molt poc significatives, però que podrien suposar línies noves de treball. L'activitat ramadera necessita complementar-se. La majoria d'explotacions ho fan amb diferents orientacions productives, sobretot ramaderes, o bé amb agroturisme o venda directa. Es considera oportú identificar altres orientacions productives que generin valor afegit a la comarca. Tot seguit s'enumeren:

- "Àrnica i flora": situada a Molló, que produeix i comercialitza infusions ecològiques de camamilla i farigola, així com productes derivats de l'àrnica. Tenen el segell del CCPAE i venen els seus productes, tant a la comarca com a fora.
- "Artesano natural": situats a Ripoll, és una empresa familiar que es dedica a preparar diferents varietats de tes, infusions i tisanes.
- "La Calavera": cervesa artesana elaborada a Sant Joan de les Abadesses.
- "La Minera": cervesa artesana elaborada a Sant Joan de les Abadesses.
- "Planec": situats a Mas el Serradell de Vilallonga de Ter, produeixen productes derivats de l'ànec.
- "Ratafia i licors Moliné": situada a Bruguera, es dedica a l'elaboració de ratafia casolana, licor de marialluïsa i licor de poniol.

2.2. El sector ecològic

El sector ecològic presenta un creixement exponencial al Ripollès, a Catalunya i a la resta d'Europa. Els següent gràfic mostra l'augment del nombre d'operadors des de l'any 2000 fins al 2013 a Catalunya. S'observa com des de l'any 2007 el nombre augmenta de manera rellevant, fet relacionat d'una manera directa als ajuts del Programa de Desenvolupament Rural 2007-13. Per la seva banda, també cal fer referència a l'augment de la demanda de productes ecològics que s'ha vist reforçada amb els ajuts a la producció.

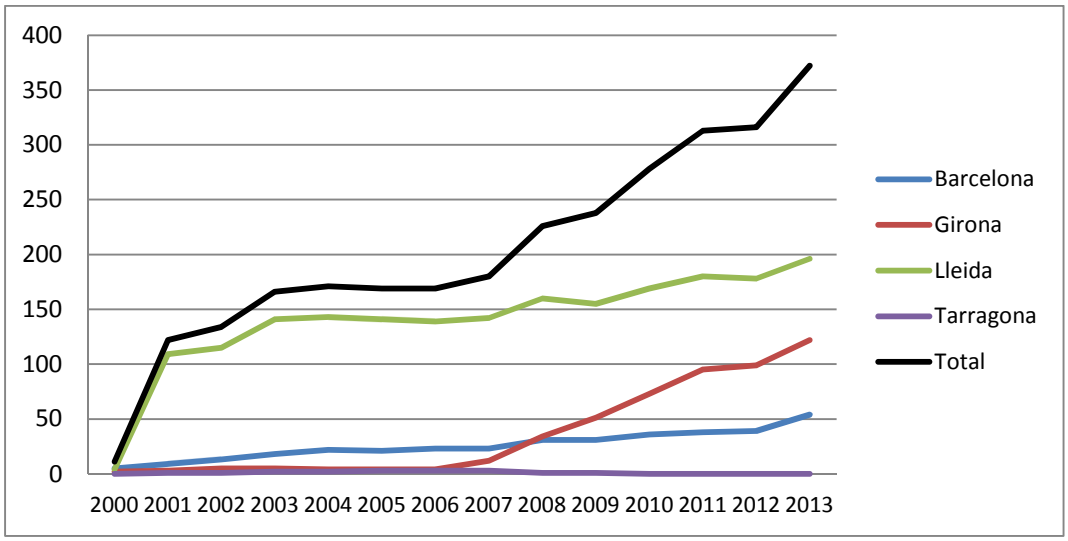
Gràfic 6: número d'operadors en agricultura ecològica. Catalunya, 2000-2013.



Font: CCPAE, 2014.

També és interessant observar com ha evolucionat el sector del vaquí de carn, el més representatiu de la comarca del Ripollès. El següent gràfic mostra com en el primer període pressupostari, 2000-06, va ser la zona de Lleida la que va incrementar exponencialment el seu nombre d'explotacions en ecològic, i com en el darrer període pressupostari, són les comarques gironines les que mostren un augment més acusat. La comarca del Ripollès participa d'aquest increment del nombre de caps de bestiar boví certificats pel CCPAE.

Gràfic 7: vaquí de carn ecològic. Catalunya, 2000-2013.



Font: CCPAE, 2014.

La taula següent mostra el nombre d'operadors ecològics a la comarca del Ripollès l'any 2014, així com els beneficiaris de la mesura 331 del Programa de Desenvolupament Rural. Els nombres són molt similars ja que la producció agrària del Ripollès és imminentment ramadera.

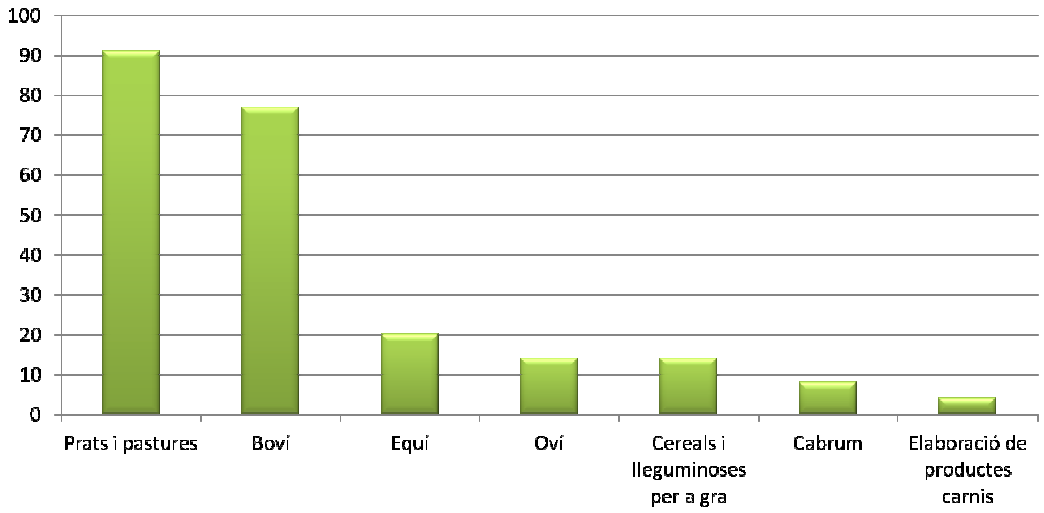
Taula 17: operadors ecològics i ajuts a la producció ramadera ecològica. Ripollès, 2014.

Municipis	CCPAE (2014)	Ajuts ramaderia ecològica (2014)
Campdevànol	5	4
Campelles	2	2
Camprodon	9	10
Gombrèn	2	3
Les Llosses	4	8
Llanars	10	6
Molló	8	7
Ogassa	5	2
Pardines	4	4
Planoles	2	2
Queralbs	6	7
Ribes de Freser	4	4
Ripoll	8	4
St. Joan de les Abadesses	7	9

St. Pau de Segúries	1	0
Setcases	3	2
Toses	1	2
Vallfogona del Ripollès	3	5
Vilallonga de Ter	8	7
Ripollès	**92**	**88**

Font: CCPAE i DAAM, 2014.

Gràfic 8: tipologies d'operadors ecològics. Ripollès, 2014.



Font: CCPAE, 2014.

El gràfic anterior mostra com el nombre d'operadors ecològics es concentra en la producció ramadera, tant pel que fa als prats i pastures com al bestiar, on predomina el boví amb un total de 77 explotacions en ecològic. Destaquen també 4 empreses d'elaboració de productes carnis que transformen i tanquen el cercle des de la producció al consum.

En relació a l'augment de la producció agrària ecològica a la comarca del Ripollès, s'observa amb els dades i és comentat entre els agents implicats, que l'increment exponencial del nombre d'operadors ecològics és degut al seu foment a través dels ajuts. En aquest sentit es troben opinions de dos tipus. Els que defensen els ajuts per fomentar una producció més respectuosa amb l'entorn, els animals i el consumidor final, i per altra banda els que pensen que és una enganyifa.

> "S'ha volgut potenciar el sector agrari a base de talonari, i això no té futur" (64CT).

> "Si no fossin els ajuts, no hi hauria ningú a l'ecològic, és una enganyifa" (40P).
>
> "El tema de l'ecològic només s'aguanta en paper, els ramaders s'han apuntat per l'ajut" (38P).

Aquest tema crea polèmica a la comarca en tant que hi ha una part del sector que si que està convençut en la producció ramadera ecològica i un altre que segurament ho fa perquè hi ha un incentiu econòmic. És interessant com hi ha actors que veuen l'ajut com un complement a la renda i altres com una ajuda per a compensar l'increment de despesa que suposa produir en ecològic.

> "Si vols fer ecològic no has de ser garrepa, has d'invertir els ajuts en compensa les despeses que necessitat la producció ecològica, no en ficar-los a la butxaca" (65C).

En referència a la producció ecològica també s'ha de tenir en compte que la qualitat de la carn ecològica no es pot comparar amb la carn convencional. El sistema de producció i els ritmes de creixement són diferents, per tant sembla erroni haver de comparar la qualitat de la carn. Manca feina de valorar la carn ecològica des d'una mirada molt més integrada.

També ha sorgit la mancança, entre alguns productors, de què no existeix actualment a Catalunya una assistència veterinària alternativa a la convencional i que moltes vegades els ramaders van perduts alhora de tractar certs problemes amb el bestiar. Per exemple al País Basc hi ha l'associació Biolur que agrupa diferents productors ecològics de la comarca i que tenen una veterinària especialitzada en temes homeopàtics.

> "Aquí encara no ens em plantejat que necessitem veterinaris alternatius, molt més lligats amb la producció ecològica" (64CT).

2.3. El treball agrari

Per tal de realitzar una aproximació al treball agrari a la comarca del Ripollès s'analitzen tant les dades del cens agrari com les de la seguretat social. El cens agrari treballa amb unitats de treball agrari (UTA) que equivalen a 240 jornals/any o bé a 1920 hores/any.

Taula 18: unitats de treball agrari (familiar, assalariada i autònoma). Ripollès, 1999 i 2009.

UTA's Ripollès		1999	2009	Variació
Total	explot.	502	460	-8,4%
	jornades	237227	117226	-50,6%
	UTA	821	407	-50,4%
Mà d'obra familiar	explot.	454	396	-12,8%
	jornades	213212	94904	-55,5%
	UTA	716	324	-54,7%
Mà d'obra assalariada	explot.	96	102	6,3%
	jornades	23485	21429	-8,8%
	UTA	103	79	-23,3%
Mà d'obra autònoms o empreses de serveis	explot.	21	39	85,7%
	jornades	531	893	68,2%
	UTA	2	4	100,0%

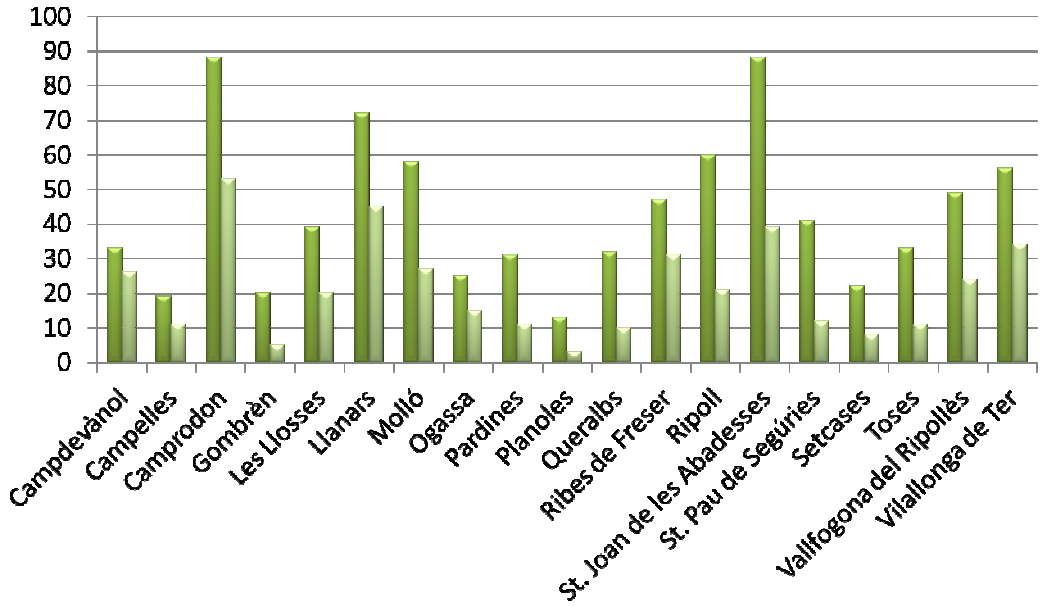
Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE, 2014.

Taula 19: unitats de treball agrari per municipis. Ripollès, 1999 i 2009.

	1999		2009		Variació 1999-2009	
Municipis	Explo.	UTA	Explo.	UTA	Explo.	UTA
Campdevànol	26	31	29	26	11,5%	-16,1%
Campelles	12	19	12	11	0,0%	-42,1%
Camprodon	55	88	56	53	1,8%	-39,8%
Gombrèn	11	20	8	5	-27,3%	-75,0%
Llanars	22	39	19	20	-13,6%	-48,7%
Llosses, les	44	71	45	45	2,3%	-36,6%
Molló	27	58	29	27	7,4%	-53,4%
Ogassa	13	24	15	15	15,4%	-37,5%
Pardines	17	31	14	11	-17,6%	-64,5%
Planoles	6	13	4	3	-33,3%	-76,9%
Queralbs	21	32	17	10	-19,0%	-68,8%
Ribes de Freser	28	46	25	31	-10,7%	-32,6%
Ripoll	37	60	29	21	-21,6%	-65,0%
Sant Joan de les Abadesses	56	87	50	39	-10,7%	-55,2%
Sant Pau de Segúries	22	41	15	12	-31,8%	-70,7%
Setcases	16	21	13	8	-18,8%	-61,9%
Toses	20	33	14	11	-30,0%	-66,7%
Vallfogona de Ripollès	31	49	24	24	-22,6%	-51,0%
Vilallonga de Ter	38	56	42	34	10,5%	-39,3%
Ripollès	502	821	460	407	-8,4%	-50,4%

Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE, 2014.

Gràfic 9: unitats de treball agrari per municipis. Ripollès, 1999 i 2009.



Font: Idescat, a partir de les dades del Cens agrari de l'INE, 2014.

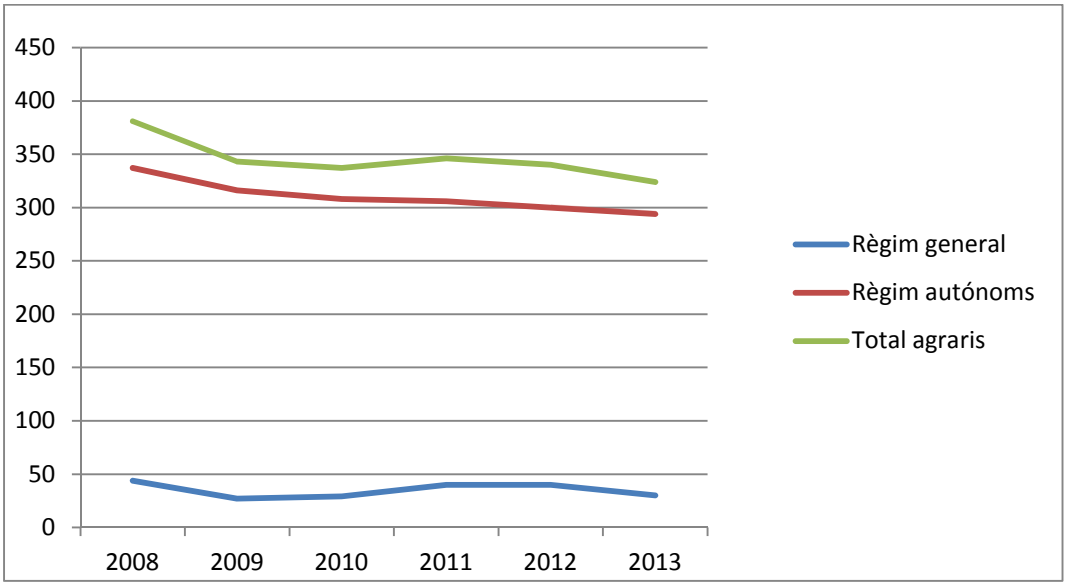
Les dades anteriors mostren que, malgrat el nombre d'explotacions es redueix només en un 8,4% en el període entre 1999 i 2009, el nombre d'unitats de treball agrari es redueix a la meitat a tota la comarca (50,4%). Aquesta dada mostra l'alarmant reducció de la mà d'obra agrària a la comarca del Ripollès. Pel que fa al percentatge de la mà d'obra assalariada sobre el total, aquesta augmenta, des de l'any 1999 fins el 2009, en què passa de representar el 12,5% al 19,4%.

La taula anterior mostra com la major part del treball de les explotacions agràries del Ripollès és familiar, tot i que és la tipologia què presenta una reducció major. Les explotacions agràries amb mà d'obra assalariada augmenten en un 6,3%, tot i que el total de les unitats de treball agrària es redueix en un 23,3%. I pel que fa a la mà d'obra d'autònom o d'empreses de serveis, s'observa com augmenten malgrat el nombre d'unitats de treball agrari que generen és molt reduït.

La Taula 19 mostra la variació a escala local. S'observa com municipis com Gombrèn, Planoles i Sant Pau de Segúries perden més de 70% de la mà d'obra agrària. Per la seva banda, són Campdevànol, Ribes de Freser i Ogassa els que percentualment mostren una davallada menys acusada perdent al voltant del 30% de la població agrària.

El següent gràfic mostra com han variat en els darrers sis anys el nombre d'afiliats al règim agrari de la seguretat social. La pèrdua d'efectius en aquest període és del 15%, sent un 31,8% pel règim general i un 12,8% per als autònoms.

Gràfic 10: treball agrari. Ripollès 2008-2013.



2.4. El relleu generacional

El relleu generacional de l'activitat agrària és un tema crític des que el procés d'industrialització va modificar els sistemes productius i el model de gestió i maneig de les explotacions agràries familiars. Al mateix temps els canvis socials, econòmics i culturals de les últimes dècades han col·laborat d'una manera negativa a fomentar el relleu generacional de les explotacions agràries. Al mateix temps, en els últims anys hi ha un canvi en els patrons d'incorporació de persones joves al sector en els qual es percep un increment de persones joves, i de vegades no tant joves, que tant amb orígens agraris com sense es posen al capdavant de les explotacions agràries de dimensions familiar.

La taula següent mostra la distribució per grups d'edat de les persones que declaren la DUN. S'ha de tenir en compte que aquestes dades són només per a persones físiques. Les empreses no hi estan representades, sent el 16% de les entitats jurídiques que gestionen activitats agràries. L'altre percentatge correspon a un 62% de titularitat d'homes i un 22% de dones.

Taula 20: distribució per grups d'edat de les persones físiques dedicades al sector agrari. Ripollès, 2014.

Municipis	< 40 anys		41-55 anys		56-65 anys		> 65 anys		Total DUN
Campdevànol	3	16,7%	7	38,9%	4	22,2%	4	22,2%	18
Campelles	1	14,3%	1	14,3%	2	28,6%	3	42,9%	7
Camprodon	5	20,0%	7	28,0%	10	40,0%	3	12,0%	25
Gombrèn	2	22,2%	1	11,1%	1	11,1%	5	55,6%	9
Les Llosses	1	3,1%	13	40,6%	12	37,5%	6	18,8%	32
Llanars	2	12,5%	7	43,8%	3	18,8%	4	25,0%	16
Molló	2	11,1%	7	38,9%	6	33,3%	3	16,7%	18
Ogassa	2	25,0%	1	12,5%	2	25,0%	3	37,5%	8
Pardines	0	0,0%	4	44,4%	2	22,2%	3	33,3%	9
Planoles	0	0,0%	2	50,0%	2	50,0%	0	0,0%	4
Queralbs	1	10,0%	5	50,0%	1	10,0%	3	30,0%	10
Ribes de Freser	1	6,3%	6	37,5%	6	37,5%	3	18,8%	16
Ripoll	3	15,0%	5	25,0%	7	35,0%	5	25,0%	20
St. Joan de les Abadesses	7	21,9%	10	31,3%	5	15,6%	10	31,3%	32
St. Pau de Segúries	0	0,0%	2	25,0%	1	12,5%	5	62,5%	8
Setcases	3	27,3%	6	54,5%	1	9,1%	1	9,1%	11
Toses	2	40,0%	1	20,0%	2	40,0%	0	0,0%	5
Vallfogona del Ripollès	6	35,3%	2	11,8%	9	52,9%	0	0,0%	17
Vilallonga de Ter	5	16,7%	12	40,0%	4	13,3%	9	30,0%	30
Ripollès	46	15,6%	99	33,6%	80	27,1%	70	23,7%	295

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

La taula anterior mostra com només un 15,6% dels titulars d'explotacions agràries al Ripollès són menors de 40 anys. Si s'observen les dades a escala de municipi es pot observar com poblacions com Sant Pau de Seguries, Planoles i Pardines no tenen cap jove titular d'una explotació agrària. Per altra banda, municipis com Sant Joan de les Abadesses, Vallfogona i Camprodon tenen el nombre més elevat de joves.

Si s'analitza la taula anterior, també s'observa que un 23,7% dels titulars del Ripollès són majors de 65 anys, amb municipis com Sant Pau de Seguries, Gombrèn o Campelles, amb percentatges que superen el 50%. També s'observen municipis com Vilallonga de Ter, Vallfogona del Ripollès i Planoles en els que no hi ha cap titular major de 65 anys.

Una altra de les dades que ens dóna informació sobre el relleu generacional de l'activitat agrària és el nombre i la tipologia d'incorporacions al sector a

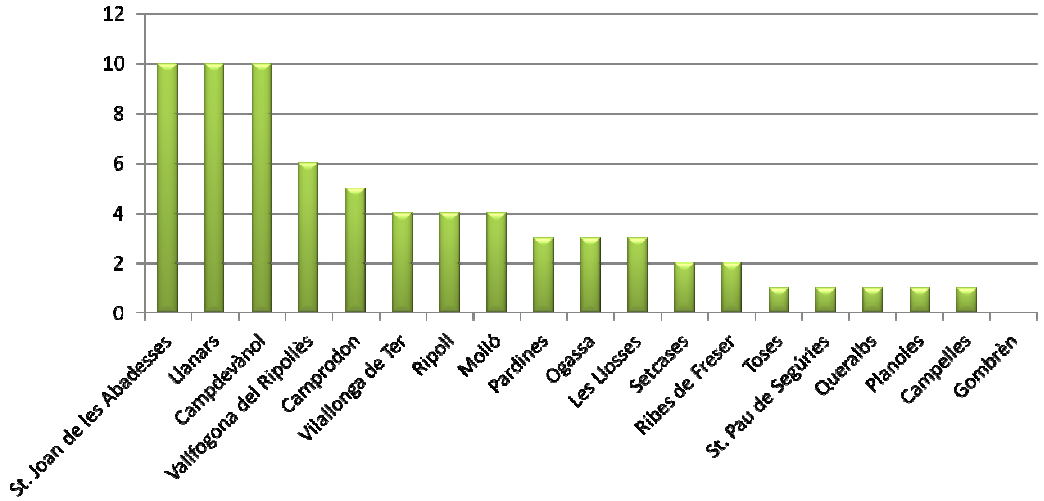
partir de la mesura 112 del Programa de Desenvolupament Rural d'incorporació de joves a l'activitat agrària. Els següents gràfics mostren els resultats dels dos últims períodes pressupostaris.

Taula 21: incorporació de joves per municipis. Ripollès, 2000-13.

Municipis	2000-06		2007-13		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Campdevànol	5	14,7%	5	13,5%	10	14,1%
Campelles	1	2,9%	0	0,0%	1	1,4%
Camprodon	4	11,8%	1	2,7%	5	7,0%
Gombrèn	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Les Llosses	2	5,9%	1	2,7%	3	4,2%
Llanars	7	20,6%	3	8,1%	10	14,1%
Molló	1	2,9%	3	8,1%	4	5,6%
Ogassa	2	5,9%	1	2,7%	3	4,2%
Pardines	0	0,0%	3	8,1%	3	4,2%
Planoles	0	0,0%	1	2,7%	1	1,4%
Queralbs	1	2,9%	0	0,0%	1	1,4%
Ribes de Freser	1	2,9%	1	2,7%	2	2,8%
Ripoll	1	2,9%	3	8,1%	4	5,6%
St. Joan de les Abadesses	3	8,8%	7	18,9%	10	14,1%
St. Pau de Segúries	1	2,9%	0	0,0%	1	1,4%
Setcases	0	0,0%	2	5,4%	2	2,8%
Toses	1	2,9%	0	0,0%	1	1,4%
Vallfogona del Ripollès	2	5,9%	4	10,8%	6	8,5%
Vilallonga de Ter	2	5,9%	2	5,4%	4	5,6%
Ripollès	**34**	100,0%	**37**	100,0%	**71**	100,0%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

Gràfic 11: incorporació de joves per municipis. Ripollès, 2000-13.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

Des de l'any 2000 fins al 2013 s'han acollit a l'ajut d'incorporació de joves un total de 71 persones. Els gràfics anteriors mostren com a escala municipal són Sant Joan de les Abadesses, Camprodon i Llanars els que han incorporat un nombre més elevat de joves en els últims 14 anys. D'altra banda, també s'observa com municipis com Gombrèn no n'ha incorporat cap, o d'altres que només n'han incorporat un.

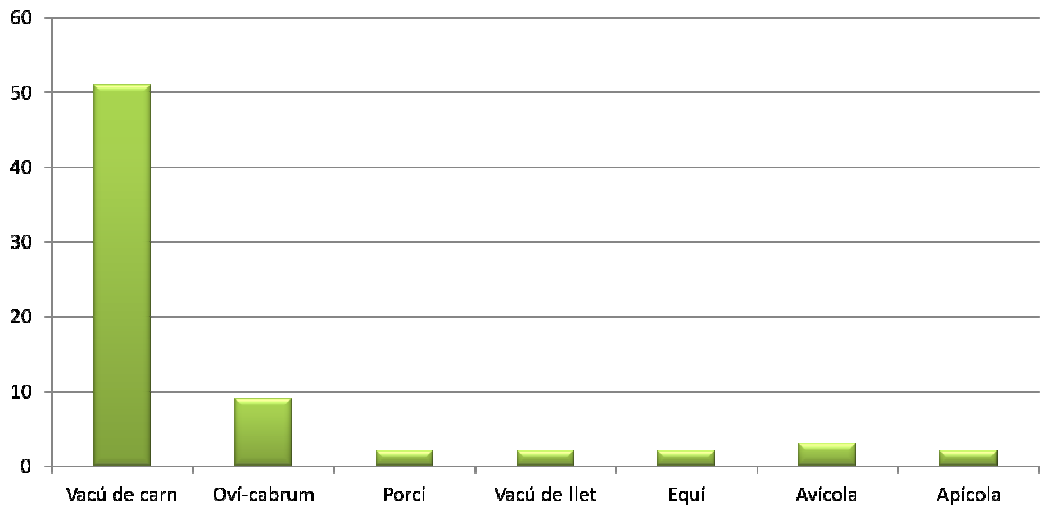
La taula i gràfic següents mostren el subsectors en els que s'incorporen els joves als Ripollès. Seguint la lògica del sector predominat, s'observa com el 71,8% de les incorporacions són en el vaquí de carn, seguit d'un 12,7% en el sector de l'oví i el cabrum. La resta de subsectors són anecdòtics amb 2 o 3 incorporacions en el període entre 2000 i 2013.

Taula 22: incorporació de joves per sectors. Ripollès, 2000-13.

Sector	2000-06		2007-13		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Vaquí de carn	26	76,5%	25	67,6%	51	71,8%
Oví i cabrum	6	17,6%	3	8,1%	9	12,7%
Porcí	1	2,9%	1	2,7%	2	2,8%
Vaquí de llet	1	2,9%	1	2,7%	2	2,8%
Equí	0	0,0%	2	5,4%	2	2,8%
Avícola	0	0,0%	3	8,1%	3	4,2%
Apícola	0	0,0%	2	5,4%	2	2,8%
Total comarcal	**34**	**100,0%**	**37**	**100,0%**	**71**	**100,0%**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

Gràfic 12: incorporació de joves per sectors. Ripollès, 2000-13.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

Per tal de tenir una imatge més acurada de quin és el perfil de joves que s'incorpora al sector agrari en la comarca del Ripollès, s'ha fet una anàlisi en què se sintetitzen dades sobre els estudis que han realitzat les persones que s'han incorporat, el seu origen familiar, tipologia de producció, així com l'edat en el moment de la incorporació. Les taules següents ho recullen.

Taula 23: perfil de les persones incorporades amb la mesura 112 del PDR. Ripollès, 2000-2013.

		2000-06		2007-13		Total	
		Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Estudis	Bàsics	29	85,3%	17	45,9%	46	64,8%
	Formació Professional	3	8,8%	8	21,6%	11	15,5%
	Universitaris	2	5,9%	12	32,4%	14	19,7%
Origen agrari	Pagesia tradicional	23	67,6%	28	75,7%	51	71,8%
	Pagesia nouvinguda	11	32,4%	9	24,3%	20	28,2%
Tipologia de producció	Convencional	31	91,2%	16	43,2%	47	66,2%
	Ecològica	3	8,8%	21	56,8%	24	33,8%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

La taula anterior mostra com la major part dels joves tenen estudis bàsics de formació (64,8%), mentre que només un 15,5% tenen formació professional i un 19,7% estudis universitaris. Si l'anàlisi en fa dels dos períodes per separat, s'observa que hi ha una diferència important entre el primer i el segon, pel que fa al nivell d'estudis. Pel que fa a l'origen familiar de les persones que s'incorporen, un 71,8% són fills de família pagesa, mentre que un 28,2% són nouvinguts a l'activitat agrària. I pel que fa a la tipologia de producció, si s'analitza tot el període s'observen com el 66,2% s'incorpora a través de la producció convencional mentre que el 33,8% ho fan en ecològic. Però si només es té en compte l'últim període pressupostari s'observa com el percentatge de les incorporacions en ecològic (56,8%) és superior al convencional (43,2%).

Taula 24: edat de les persones incorporades amb la mesura 112 del PDR. Ripollès, 2000-2013.

	2000-06	2007-13	Total
Homes	26,3 anys	26,3 anys	26,3 anys
Dones	30,3 anys	31,7 anys	31 anys
Pagesia tradicional	25 anys	26,6 anys	25,8 anys
Pagesia nouvinguda	30,1 anys	32,7 anys	31,4 anys

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del DAAM del Ripollès, 2014.

La taula anterior mostra la mitjana d'edat a la que els joves, que s'han incorporat a través de l'ajut de la mesura 112 comencen, inicien la seva activitat. S'observa com són els homes i amb orígens agraris els que s'incorporen abans a l'activitat, mentre que les dones i els joves nouvinguts ho fan uns anys més tard.

Del treball de camp es recullen algunes opinions sobre el relleu generacional que es resumeixen en què, per una banda hi ha un sector envellit degut a les dificultats de la incorporació, sobretot per l'accés a la terra i pel desprestigi social.

> "El problema és que els joves tenim cinquanta anys!" (12P).
>
> "Quan jo era jove els pares ens deien que anéssim a estudiar i que no ens dediquéssim al camp. Es va desprestigiar molt això de fer de pagès" (71CP).
>
> "És una feina que s'ha desprestigiat molt. Els mateixos pares els hi deien als fills que marxessin. Ara potser la situació és una altra, en no haver feina a altres sectors i veure que anar a la Universitat tampoc és garantia de res" (64CT).
>
> "El noi que es vol quedar a pagès no troba parella" (40P).

Per una altra banda, hi ha cert ànim d'optimisme en què hi ha joves que s'incorporen i fins que tot alguns que són fills de família pagesa.

> "El gruix de pagesos són majors de 60 anys, però hi ha un grup de joves que s'incorporen... diria que entre 5 i 15 cada any" (4H).
>
> "Els que continuïn hauran de ser no fills de pagès... per mentalitat... per fer coses diferents" (28P).
>
> "Jo crec que el canvi generacional està arribant i anirà a més. Ja hem tocat fons, ara cal remuntar" (50C).
>
> "Jo en conec que no han nascut a casa de pagès i hi son. Si hi ha voluntat, això de ser de fora... rai! (35P).
>
> "La majoria són fills de pagesos, però també s'incorporen joves que han estudiat a les Escoles Agràries" (4H).

> "Penso que hi ha un canvi generacional amb joves amb empenta que poden introduir canvis positius a la comarca" (63C).
>
> "Penso, la meva visió, és que el sector agrari s'està rejovenint. Per exemple, els pastors que estan al capdavant de l'associació de Pastors són joves" (4H).
>
> "Si els d'aquí no continuem hem d'ajudar a la gent de fora a començar la seva activitat" (43P).
>
> "Si t'hi fixes són els joves sense tradició pagesa els que estan fent coses diferents, jo els hi poso un deu i els ajudaré sempre que pugui" (33P).

També hi ha pagesos de l'opinió que si els que han nascut en una casa de pagès no se'n surten, és molt difícil que els que vinguin de fora ho puguin fer.

> "Si els d'aquí no ens en sortim, com volem que hi facin els de fora? (27P)

I també hi ha persones molt crítiques amb l'ajut d'incorporació de joves, ja que en alguns casos s'incorporen persones que no treballen directament a l'activitat i es consideren "falses incorporacions".

> "Hi ha incorporacions de gent que no ha vist mai cap vaca, que es fan per l'ajut i prou" (38P).

Un dels esculls més rellevants per fomentar la incorporació de persones joves a l'activitat agrària és l'accés a la terra. Aquesta és un barrera que es dóna d'una manera més acusada per les generacions nouvingudes, però que també és un problema pels joves fills de pagesos que volen créixer o instal·lar noves activitats en el territori.

El treball de camp posa de manifest aquesta mancança estructural, que és general per al conjunt de Catalunya i que presenta unes problemàtiques concretes a les zones de muntanya com el Ripollès. Tal i com s'ha exposat en els apartats anteriors, el boví de carn és l'orientació productiva per excel·lència a la comarca, tendència afavorida per unes polítiques públiques que han primat la producció per nombre de caps de bestiar sense tenir en compte qui gestiona aquell ramat, quin vincle manté amb el territori i quina sensibilitat mostra pels temes ambientals. Segons alguns dels agents entrevistats, hi ha una problemàtica que cada vegada s'accentua més, en què persones propietàries de ramats grans de boví de carn lloguen terres per portar a terme la seva activitat, malgrat siguin forasters i no se'n cuidin directament. Les següents reflexions ho mostren.

"El mal ha vingut de fora i dels que han pagat preus desorbitats per finques que no s'ho valien" (38P).

"Hi ha un gran perill que són els grans propietaris i especuladors que amb els ajuts compren vaques i posen fils... això no és ramaderia!" (71CP).

"Metges i toreros han fet pujar el preu de les finques" (12P).

Una altra de les problemàtiques és que també es lloguen terres per abocar-hi purins, tant de la zona de la Garrotxa com d'Osona. Aquesta dinàmica perverteix el capital social, econòmic i ambiental del Ripollès en tant limita l'ús d'unes terres que podrien ser aptes per la pastura i/o el conreu, i que moltes vegades queden acotades, com per exemple tenen la limitació de produir en ecològic.

"No pot ser que les terres es lloguin per tirar purins i no per conrear i viure'n" (40C).

Aquestes dinàmiques influeixin tant en la opció de trobar terra com amb la de poder-la pagar. Els preus han pujat i en alguns municipis són de difícil accés per la rendibilitat d'una explotació ramadera de muntanya. En canvi, persones que venen d'altres sectors i inverteixen en producció de bestiar perquè els ajuts els afavoreixen, poden pagar uns preus més alts pel mateix terreny.

"Si jo ara vull comença de nou... trobaré que esta tot llogat" (11CP)

"Tenim massa competència amb les vaques per terra i pastures, ells paguen preus que nosaltres no podem pagar" (68P)

"És molt complicat trobar terres per les ovelles, els de les vaques s'ho queden tot!" (13P).

Una de les línies estratègiques a treballar és l'obertura de pastures per a nous ramats. Tot i així un ramader feia la reflexió de què el bosc ja ha colonitzat molts dels espais pasturables i que obrir-los és molt car.

"Val més comprar una bala que obrir pastures" (13P).

Finalment, també cal fer esment de què al mateix temps que és difícil trobar terra per menar el bestiar, també ho és l'accés a l'habitatge en el medi rural. Moltes de les masies s'han reconvertit en turismes rurals, fet que limita l'activitat agrària lligada al territori. Seria interessant fer una

prospecció de possibles masies rehabilitades que es podrien reformular per a usos agropecuaris.

> "Costa trobar casa i terres..." (68P)

2.5. La comercialització

La comercialització de la major part del bestiar que es cria a la comarca es realitza a través d'intermediaris que compren els animals per acabar d'engreixar-los i sacrificar-los fora del Ripollès. Aquest model comercial li permet al ramader concentrar els seus esforços en la part productiva, però al mateix temps el limita per retenir una major part de valor afegit del seu producte.

En els darrers anys ha crescut la demanada del producte de proximitat i/o ecològic, fet que ha esperonat a cada vegada més productors a tancar el cercle productiu i a portar el seu producte directament al consum final. Des de la Generalitat de Catalunya l'any 2013 es va aprovar el Decret de Venda de Proximitat que facilita als productors que facin venda directa o en circuit curt la seva identificació. L'any 2013 es van sol·licitar aquest distintiu 37 explotacions ramaders, 24 dels quals ho van fer la carn de boví, 13 per la d'oví i cabrum, 4 amb producte sense transformar, 4 per llet de vaca i derivats, 2 per porcí, 2 per aviram, 2 per patates i 1 per equí. Les següents taules resumeixen els productors del Ripollès que s'han afegit a les orientacions productives majoritàries.

Taula 25: venda de proximitat de carn, embotits i derivats carnis de boví. Ripollès, 2013.

Empresa	Municipi	Venda directa	Venda circuit curt
CARNS DE CONFIANÇA	Campdevànol	Venda directa	Venda circuit curt
RAMADERIA PIRINAT	Campdevànol	Venda directa	Venda circuit curt
MAS LES COROMINAS	Campdevànol	Venda directa	Venda circuit curt
MAS PERNAU	Campdevànol		Venda circuit curt
FINCA LA CAPALLERA	Camprodon		Venda circuit curt
MAS LA MOIXA	Llanars		Venda circuit curt
MAS RODA	Llanars	Venda directa	
MAS CAL MARXANT	Llanars		Venda circuit curt
MAS EL LLADRÉ	Llosses	Venda directa	Venda circuit curt
MAS FOGONELLA	Ogassa	Venda directa	Venda circuit curt
CAN PERPINYA	Pardines	Venda directa	Venda circuit curt

MAS DALMAU	Queralbs		Venda circuit curt
CAL TITET DE SERRAT	Queralbs		Venda circuit curt
CAL TET	Queralbs		Venda circuit curt
MAS LA TORRE	Ribes de Freser		Venda circuit curt
MAS VENTAIOLA	Ribes de Freser		Venda circuit curt
MAS PINTOS	Ripoll		Venda circuit curt
ROSSET RAMADERS	Ripoll	Venda directa	Venda circuit curt
MAS PERNAU	Sant Joan de les Abadesses		Venda circuit curt
MAS EL PINOS	Vallfogona de Ripollès	Venda directa	Venda circuit curt
CAN JANA	Vilallonga de Ter	Venda directa	Venda circuit curt

Font: DAAM, 2014

Taula 26: venda de proximitat de carn, embotits i derivats carnis de xai i cabrum. Ripollès, 2013.

Empresa	Municipi	Venda directa	Venda circuit curt
MAS MAGNET	Campdevànol		Venda circuit curt
MAS PERNAU	Campdevànol		Venda circuit curt
LA CAPALLERA	Camprodon		Venda circuit curt
MAS EL COLL	Llosses	Venda directa	Venda circuit curt
MAS PICOLA	Ogassa		Venda circuit curt
MAS FOGONELLA	Ogassa	Venda directa	Venda circuit curt
MAS DALMAU	Queralbs		Venda circuit curt
CAL TITET DE SERRAT	Queralbs		Venda circuit curt
MAS EL PUNTÍ	Ripoll		Venda circuit curt
MAS PINTO	Ripoll		Venda circuit curt
ROSSET RAMADERS	Ripoll	Venda directa	Venda circuit curt
LA VILA	Ripoll		Venda circuit curt
MAS LLASTANOSA	Vallfogona de Ripollès		Venda circuit curt

Font: DAAM, 2014

Taula 27: venda de proximitat de formatge, llet i altres derivats làctics de la llet de vaca. Ripollès, 2013.

Empresa	Municipi	Venda directa	Venda circuit curt
MAS LA FOLCRA	Sant Joan de les Abadesses	Venda directa	Venda circuit curt
PUJOL DE DACHS	Llosses	Venda directa	Venda circuit curt
MAS EL LLADRÉ	Llosses	Venda directa	Venda circuit curt
CAL ESTEVE	Ribes de Freser	Venda directa	Venda circuit curt

Font: DAAM, 2014

Taula 28: venda de proximitat de productes sense transformar. Ripollès, 2013.

Empresa	Municipi	Venda directa	Venda circuit curt
CAN PERPINYA	Pardines	Venda directa	Venda circuit curt
MAS CAN PAU	Molló	Venda directa	
MAS EL LLADRÉ	Llosses	Venda directa	Venda circuit curt
MAS PLANALLONGA	Vallfogona de Ripollès		Venda circuit curt

Font: DAAM, 2014

L'estratègia de comercialització de tancar el cercle permet que els ramaders es quedin una part més gran del valor afegit que genera la seva activitat. De fet, i tal i com mostra la següent cita, és una manera de tornar a anar a vendre al mercat. Els productors porten allò que tenen directament al consumidor final. La diferència és que al segle XXI les noves tecnologies han induït un canvi copernicà en la manera com els productors s'acosten als consumidors.

> "La única sortida que tenim els petits és vendre'ns el nostre propi producte" (15P).
>
> "Penso que estem fent el que feien els nostres avis, portar els nostres productes a mercat. Ara els mercats són diferents i tenim diferents canals, però la idea és recuperar algunes de les bones pràctiques dels nostres avis" (4H).

Un dels reptes de la comercialització del producte local és que es distribueixi d'una manera equitativa el valor del producte al llarg dels diferents estadis. Quan la cadena és curta i és la mateixa empresa agrària la que ven i distribueix el seu producte, el valor queda clarament retingut al productor. Però quan la cadena és fa més llarga i són més els actors que entren en joc, cal una bona entesa en la què tots els agents s'hi sentin implicats. En aquest sentit val la pena posar sobre la taula la necessitat de cercar noves fórmules que treballin sota la filosofia del producte local i que facilitin el contacte entre els productors i els consumidors finals. Es comença a parlar de la figura d'un "intermediari ètic o responsable" que faciliti la compravenda de producte local.

En aquest sentit, i fent referència a les dinàmiques de la comarca del Ripollès, hi ha dos agents estratègics que són imprescindibles per articular la cadena de valor del producte: els escorxadors i les carnisseries.

Els escorxadors del Ripollès són una peça fonamental per a què els ramaders puguin treballar el seu producte d'una manera àgil i amb totes les

garanties que la normativa actual requereix. Actualment tots tres escorxadors presenten mancances que si es milloressin agilitzarien d'una manera notable el dinamisme del producte local.

Les carnisseries del Ripollès també juguen un paper molt rellevant per a què el producte de la comarca arribi tant a la població local com a la població que hi està de pas. Més endavant d'aquest estudi, es fa una anàlisi d'aquest agent estratègic, tot i així cal tenir preliminarment dos temes en compte: 1) algunes de les carnisseries veuen els ramaders que fan venda directa com a competència i 2) la major part de carnisseries de la comarca tenen molt marge de millora per a treballar amb el producte local.

Finalment, pel que fa a la comercialització del producte local, s'ha de tenir en compte el destí final del producte. En aquest sentit cal diferenciar el consumidor de la comarca i el consumidor de fora de la comarca, sobretot de l'Àrea Metropolitana. Ja que les estratègies i els agent a tenir en compte canvien (aquest tema es tracta més endavant).

2.6. Reflexions

En els darrers deu anys Catalunya, seguint una tendència europea, està apostant per valorar els productes del territori per generar una estratègia de desenvolupament local endògena. **Donar suport al sector primari significa articular el primer esglaó d'una cadena de valor que repercuteix directament en la qualitat de vida de les persones i del seu entorn**.

Malgrat la voluntat i el desig de caminar cap a un major protagonisme de la pagesia i de les persones que elaboren producte de qualitat al nostre país, aquesta aposta es troba amb tot un seguit d'inconvenients que dificulten la seva posa en valor com un element estratègic de desenvolupament local. Per part del consum, en destaquen els següents: pautes de consum deslligades del sector productiu local, desconeixement de l'origen dels productes per part de les persones que consumeixen, atomització de l'oferta de producte local, etc.

Per tal de promocionar els productes locals i donar-los el protagonisme que es mereixen, arreu del territori català s'estan implementant programes i projectes que reforcen el paper del sector primari. Ho veiem en la creació de marques pròpies amb una identificació territorial, amb la certificació de marques de garantia, amb la venda on-line d'aquests productes, amb

l'articulació de projectes intersectorials, etc. Però realment aquestes actuacions estan fomentant el territori des de l'arrel?

Al Ripollès s'identifica un sector agrari molt focalitzat en la cria de vedells en extensiu. La major part de les explotacions agràries i del nombre de camps de bestia són de boví de carn. **El model actual, induït per l'aplicació de les polítiques agràries així com per les noves tendències socioeconòmiques, ha configurat un model agrari de muntanya en el que no es produeix producte local per ésser venut directament al consumidor final i retenir d'aquesta manera el valor econòmic en el territori**. La majoria de ramaders crien animals que no acaben engreixant, passa sobretot amb el boví, però també amb l'oví i l'equí. Sota aquest model la visió estratègica de desenvolupament local queda molt limitada.

Quan es parla amb els ramaders no queden clars els motius pels quals actualment només s'està engreixant un 10% dels animals que neixen a la comarca. Alguns argumenten que no surt a compte perquè el pinso és molt car, altres que el clima no és l'idoni per l'engreix d'animals i altres que no saben que fer-ne d'un vedell un cop engreixat.

> "Per clima l'engreix al Ripollès no és competitiu, per això van a granges més càlides a la plana" (71CP).

Una de les estratègies a fomentar és què els ramaders puguin arribar a tancar el cercle des de la producció al consum. En aquest sentit, malgrat encara la major part d'explotacions no engreixen els seus animals, si que s'identifica una major voluntat de les noves generacions per tal d'arribar al final de la cadena de valor.

Per altra banda, **s'identifica una necessita de diversificar les orientacions productives i d'augmentar el nombre i la tipologia de productes que arribin directament al consum final**. En aquest sentit, cal tenir en compte que el Ripollès tradicionalment havia estat una comarca amb un predomini molt elevat dels ramats de xais, gràcies a la disponibilitat de pastures i també a un consum agraït per part de la població. L'evolució del sector ha fet que, per causes diverses, el nombre de ramats hagi caigut dràsticament en els darrers anys. Són molts els ramaders que argumenten que la vaca de vedell ha desplaçat els ramats d'ovella, tant per la seva rendibilitat, com pel maneig o pel preu final.

> "Hi ha ramaders grossos que acaparen terreny i no es cuiden ni del bestiar ni de les finques. És una vergonya" (44C).

> "Jubilats amb noranta vaques de vedell" (51H).

> "La vaca de carn és molt més fàcil, l'ovella és molt lligada i per això ja gairebé no queden pastors" (33P).

Per tal de fomentar el producte local, cal que tota la cadena de valor funcioni i estigui ben articulada. Per tant, tots els agents són rellevants des de la producció, passant per l'escorxador, les carnisseries i el consumidor final. En aquest sentit, cal que les estructures comercials estiguin ben articulades per poder donar sortida al producte, i tenir clars quin són els canals que permeten arribar a bon port.

> "Les boques són allà baix, hem de produir per vendre fora" (33P).
>
> "Necessitem vendre a la botiga de poble, els supermercats han fet i fan molt mal" (12P).

Finalment, és interessant escolar la reflexió d'un dels productors de llet que va anys que l'elabora amb iogurts artesans. Aquest és un exemple de la importància de tancar el cercle, de tenir un producte final que oferir al consumidor i en el qual hi ha un cert marge de maniobra per posar el preu.

> "Ens hem fet un producte que el preu el posem nosaltres" (69P).

En els apartats següents es donen més dades per facilitar la reflexió entorn les complexes dinàmiques del producte local en un territori de muntanya com el Ripollès.

3. Els escorxadors

L'activitat ramadera està totalment vinculada a un bon funcionament de tots els elements que formen la cadena des de la producció al consum. En aquest sentit, els escorxadors són un equipament cabdal per assegurar una bona activitat agrària a la comarca.

El Ripollès és una de les poques comarques de Catalunya que encara manté tres escorxadors operatius, un a Ripoll, de gestió mancomunada, un a Camprodon i un altre a Ribes de Freser, aquests dos de titularitat municipal i de gestió privada dels carnissers locals. La taula següent resumeix els sacrificis de l'any 2013 als escorxadors de la comarca.

Taula 29: sacrificis de vedells, poltres, xais, cabrits i porcí. Ripollès, 2013.

	Escorxador	DAAM	Escorxador	DAAM	Escorxador	DAAM	Escorxador	DAAM	Escorxador	DAAM
Escorxadors	**Vedells**		**Poltres**		**Xais**		**Cabrits**		**Porcí**	
Ripoll	1006	962	52	40	6423	6146	914	869	4405	4365
Camprodon	190	184	119	119	2210	2158	0	19	0	0
Ribes de Freser	192	182	0	0	1931	1913	155	101	0	0
Total	**1388**	**1328**	**171**	**159**	**10564**	**10217**	**1069**	**989**	**4405**	**4365**

Font: DAAM i escorxadors, 2014.

Les dades de la taula anterior mostren, en primer lloc, la dificultat de tenir dades reals en temes agraris i alimentaris. S'han demanat les dades a dues fonts diferents, directament als escorxador i al Departament d'Agricultura. Tot i ser del mateix ordre, la majoria de dades no coincideixen. Aquest fet porta a la reflexió de què els nombres ens donen un ordre de magnitud aproximat. En segon lloc, mostren el nombre d'animals que se sacrifiquen a la comarca i com és l'escorxador del Ripollès el que sacrifica un major nombre. La taula següent mostra, de les dades facilitades pel Departament d'agricultura, les dades percentuals.

Taula 30: percentatge de sacrificis de vedells, poltres, xais, cabrits i porcí. Ripollès, 2013.

	Escorxador	DAAM	Escorxador	DAAM	Escorxador	DAAM	Escorxador	DAAM	Escorxador	DAAM
Escorxadors	**Vedells**		**Poltres**		**Xais**		**Cabrits**		**Porcí**	
Ripoll	962	72,4%	40	25,2%	6146	60,2%	869	87,9%	4365	100%
Camprodon	184	13,9%	119	74,8%	2158	21,1%	19	1,9%	0	0%
Ribes de Freser	182	13,7%	0	0,0%	1913	18,7%	101	10,2%	0	0%
Total	**1328**	**100,0%**	**159**	**100,0%**	**10217**	**100,0%**	**989**	**100,0%**	**4365**	**100%**

Font: DAAM, 2014.

Pel que fa al sacrifici dels animals del Ripollès, la taula anterior mostra que:

- Vedells: tots tres escorxadors sacrifiquen vedells, sent el de Ripoll el que més nombre d'animals sacrifica amb un 72,4% del total. Els escorxadors de Ribes de Freser i de Camprodon sacrifiquen tots dos un 13% del total de la comarca.
- Poltres: només els escorxadors de Ripoll i Camprodon fan aquest tipus de sacrifici. És el de Camprodon el que sacrifica molts més animals, amb un 74,8% del total dels poltres de la comarca.
- Xais i cabrits: tots tres escorxadors realitzen aquest tipus de sacrifici. És el de Ripoll el que acumula un nombre més elevat d'animals amb el 60,2%, seguit de Camprodon amb el 21,1% i de Ribes de Freser amb el 18,7%.
- Porcí: només l'escorxador de Ripoll sacrifica porcí.

3.1. L'escorxador de Camprodon

L'escorxador de Camprodon està gestionat per la Cooperativa de Carnissers de la Vall de Camprodon (Agrocarnica Vall de Camprodon SCCL) de qual formen part les carnisseries que es detallen a la taula següent.

Taula 31: socis de la cooperativa de carnissers de la Vall de Camprodon. Ripollès, 2014.

Carnisseria	Municipi
Casa Batlle	Sant Pau de Seguries
Carnisseria Pairo	Camprodon
Carnisseria Colom	Camprodon
Carnisseria Tony	Camprodon
L'Agrobotiga de la Carn	Llanars
Can Parruc	Molló
Carnisseria Cecília	Setcases
Carnisseria Can Blanch	Vilallonga de Ter

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la Cooperativa de Carnissers de la Vall de Camprodon, 2014

Els carnissers s'organitzen per realitzar els sacrificis, sent els dies de matança dilluns, dimecres i dijous al matí. Hi ha un treballador que s'encarrega de matar, repartir i del manteniment de l'escorxador. És un ramader jove de Molló que té experiència i del qual la majoria de carnisser donen bones referències.

La manera que tenen d'organitzar-se amb els productors, és que cada carnisser s'estén amb els seus productors, porten el bestiar fins l'escorxador i posteriorment és repartit pel treballador de l'escorxador.

A l'escorxador de Camprodon se sacrifiquen vedells, poltres i xais. La taula següent mostra els sacrificis dels últims anys.

Taula 32: sacrificis de vedells, poltres i xais a l'escorxador de Camprodon, 2011-2013.

Escorxador de Camprodon			
Any	**Vedells**	**Poltres**	**Xais**
2011	195	106	2252
2012	207	102	2373
2013	190	119	2210

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la Cooperativa de Carnissers de la Vall de Camprodon, 2014

La taula anterior mostra una producció constant durant els últims tres anys a l'escorxador de Camprodon. Pel que fa als vedells la mitjana se situa al voltant dels 200 animals, els poltres al voltant de 100 i els xais al voltant de 2.300.

Hi ha una opinió general de què aquests equipaments petits i gestionats pels mateixos carnissers són imprescindibles per poder mantenir un vincle entre els productors i les carnisseries locals.

> "Sort tenim de tenir l'escorxador a Camprodon i poder matar-nos el nostre bestiar" (44C).

L'escorxador de Camprodon té sala d'especejament.

3.2. L'escorxador de Ribes de Freser

L'escorxador de Ribes de Freser és de propietat municipal, però la seva gestió va a càrrec del Gremi de Carnissers de la Vall de Ribes. A diferència del de Camprodon, és un escorxador certificat pel CCPAE. Per tant, la carn produïda en ecològic arriba al consum final amb el segell de qualitat i a més, els ramaders poden cobrar l'ajut del DAAM. La taula següent detalla els socis.

Taula 33: socis del Gremi de Carnissers de la Vall de Ribes. Ripollès, 2014.

Carnisseria	Municipi
Carnisseria Queviures Palau	Ribes de Freser
Carnisseria Xarcuteria Alba	Ribes de Freser
Embotits i carns Ca l'Estrada	Ribes de Freser

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Gremi de Carnissers de la Vall de Ribes, 2014

Taula 34: sacrificis de vedells, xais i cabrits a l'escorxador de Ribes de Freser, 2013.

Escorxador de Ribes de Freser			
Any	**Vedells**	**Xais**	**Cabrits**
2013	192	1931	155

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la Cooperativa de Carnissers de la Vall de Camprodon, 2014

L'escorxador de Ribes de Freser té la particularitat d'estar acreditat per ser un escorxador de caça major, un dels pocs que hi ha al país on s'escorxaran i s'especejaran senglars. Aviram Selgas és l'empresa concessionària del servei, i també l'encarregada del servei d'especejar les peces. A les instal·lacions s'hi poden escorxar i especejar senglars, isards, cabirols i cérvols. Aquests animals procedeixen de la reserva de caça Freser-Setcases i dels diversos vedats que hi ha al sector pirinenc de la comarca del Ripollès: Pardines, Queralbs, Ribes-Planoles.

3.3. L'escorxador de Ripoll

La societat "Escorxador del Ripollès, S.A." es va constituir el dia 30 de desembre de 1989. Té com objecte social la gestió del servei d'escorxador de la mancomunitat Comarcal del Ripollès i les seves instal·lacions per al sacrifici del bestiar, sales d'especejament, centres de contractació, emmagatzematge i distribució de carns i totes aquelles altres que tinguin relació amb les anteriors i amb les indústries càrnies. L'escorxador treballa bàsicament per clients del Ripollès i, en menor mesura, per clients de la Garrotxa i Osona.

És un escorxador antic que ha hagut d'adaptar-se a les noves normatives i que encara presenta mancances a resoldre. Segons el gerent de l'escorxador caldria millorar en els següents àmbits: 1) Reducció de la despesa energètica de l'establiment, 2) Gestió del establiment, 3) Qualitat del producte, 4) Benestar animal, 5) Seguretat alimentaria, 6) Traçabilitat de la producció, 7) Aprofitament de subproductes i reducció de residus i 8) Medi ambiental.

L'any 2014 s'ha presentat un informe en el que es detallen totes aquestes millores per tal d'augmentar l'eficiència i l'eficàcia de l'activitat escorxadora de l'equipament de Ripoll. Les mesures es resumeix en:

- Instal·lació d'un equip de compensació automàtic per evitar el consum d'energia reactiva.
- Millora de l'aïllament tèrmic de les cambres frigorífiques amb el revestiment de parets i sostre amb planxa de polipropilè i PVC aconseguint un estalvi energètic en el procés de fred. Aquesta actuació també millora la qualitat alimentaria
- Substitució de la xarxa de Gas Propà per una xarxa de Gas Natural reduint la despesa energètica en escalfament d'aigua aproximadament el 47%.

- Instal·lació d'un sistema d'atordiment de porcí basat en gas $C0_2$ per tal d'evitar les hemorràgies i trencament d'espinades que es produeixen amb l'actual sistema d'atordiment elèctric.
- Adquisició de programari informàtic que permeti portar la traçabilitat d'entrades de matèries primeres i sortides de producte.
- Establir un sistema de control per de tenir la instal·lació productiva tancada, evitant l'entrada de persones alienes a l'activitat, i aconseguir d'aquesta manera un llibre d'entrades i sortides de persones amb accés a les instal·lacions.
- Instal·lació d'una centrifugadora per l'aprofitament dels subproductes que es produeixen en el procés productiu per tal de treure un rendiment del mateixos i reduir la càrrega de residus que es generen.

Totes aquestes millores han de permetre un millor funcionament de l'escorxador de Ripoll com un equipament estratègic per a la comarca. La taula següent mostra els sacrificis de l'any 2013 per a totes les orientacions productives.

Taula 35: sacrificis de vedells, poltres, xais, cabrits i porcs a l'escorxador de Ripoll, 2013.

2013	Vedells	Poltres	Xais	Cabrits	Porcí
Gener	91	1	533	54	377
Febrer	81	1	489	45	374
Març	99	0	614	103	344
Abril	93	11	535	44	428
Maig	103	0	532	75	351
Juny	85	2	479	66	330
Juliol	83	1	534	28	409
Agost	69	0	629	27	312
Setembre	77	1	534	77	362
Octubre	92	8	553	49	446
Novembre	71	8	430	42	339
Desembre	62	19	561	304	333
TOTAL	**1006**	**52**	**6423**	**914**	**4405**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'escorxador de Ripoll, 2014.

La taula anterior mostra el sacrifici de bestiar al llarg del 2013 a l'escorxador de Ripoll. Tal i com s'ha comentat al principi d'aquest apartat,

l'escorxador de Ripoll és l'equipament que presenta una activitat més intensa i en el que es poden sacrificar vedells, poltres, xais, cabrits i porcs, a diferència dels escorxadors de Ribes de Freser i Camprodon, on no es poden sacrificar totes les tipologies de bestiar. En la majoria d'espècies el sacrifici és constant al llarg de l'any. Només destaca el cabrit que augmenta per l'època de Nadal i a l'inici de la primavera que és quan hi ha més animals.

Pel que fa al bestiar boví i oví, s'ha fet una anàlisi de l'origen i el destí dels animals. Les següents taules mostren el resum de les dades.

Taula 36: origen i destí dels vedells sacrificats a l'escorxador de Ripoll, 2013.

Comarca	Origen dels vedells	Destí dels vedells
Ripollès	89,4%	88,0%
Garrotxa	8,4%	8,2%
Osona	1,7%	3,4%
Altres	0,5%	0,5%
Total	**100,0%**	**100,0%**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'escorxador de Ripoll, 2014.

La taula anterior mostra com la majoria dels vedells que se sacrifiquen al Ripollès són de la comarca i acaben en empreses de la comarca, que no vol dir que la carn sigui consumida al Ripollès. Les diferents "rutes" que pot arribar a fer la carn produïda a la comarca són les següents:

- El productor se sacrifica la seva carn i la ven directament a la comarca i/o fora de la comarca.
- El productor ven la carn a una carnisseria de la comarca i aquesta es ven majoritàriament a la comarca.
- El productor ven a un comercial carni i la carn pot acabar sent consumida a la comarca i/o fora de la comarca.

Taula 37: origen i destí dels xais sacrificats a l'escorxador de Ripoll, 2013.

Comarca	Origen dels xais	Destí dels xais
Ripollès	36,5%	67,8%
Garrotxa	7,2%	11,2%
Osona	44,8%	13,6%
Altres	11,5%	7,4%
Total	**100,0%**	**100,0%**

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'escorxador de Ripoll, 2014.

La taula anterior mostra com, a diferència del bestiar boví, del sector de l'oví només un 36,5% dels xais són de la comarca, mentre que un 44, 8% són d'Osona, i la resta de la Garrotxa i d'alguna altra comarca veïna. Aquestes dades mostren com pel que fa als xais la comarca podria sacrificar més animals per poder-los vendre al territori. Tot i que també s'ha de tenir en compte, tal i com mostra la taula següent, que en termes absoluts el Ripollès és deficitari en un 10%. És a dir del total dels animals que es poden produir (9.290 xais) se'n sacrifiquen un 10% més (10.217). Aquestes dades són relatives perquè el moviments de xais que entren i surten de la comarca és major que aquest 10%. Però si que cal tenir en compte que n'entra un percentatge elevat de fora, fet que argumenta que alguns pastors hagin de vendre els seus xais a engreixadors de fora de la comarca.

Taula 38: producció i sacrifici de bestiar boví i oví. Ripollès, 2013.

Espècie	Femelles	Cries	Sacrifici Ripollès	%
Boví	11.744	9.395	1.328	14%
Oví	7.146	9.290	10.217	-10%

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de DAAM i de l'escorxador de Ripoll, 2014.

La taula anterior, pel que fa al boví, mostra com fent un càlcul aproximat de les cries que neixen al cap de l'any i dels animals que se sacrifiquen a la comarca, aquests només representen un 14% del total dels que neixen. Aquesta dada és coherent amb què l'engreix a la comarca se situa al voltant del 10% de la producció i que el 89,4% del vedells que se sacrifiquen a l'escorxador de Ripoll són del Ripollès. En aquest cas, i a diferència del xai, el que cal és obrir nous canals de venda per tal de fomentar l'engreix a la comarca i que d'aquesta manera es pugui retenir més valor en el primer esglaó de la cadena agroalimentària.

Pel que fa al funcionament de l'escorxador, la major part dels agents entrevistats estan d'acord a què l'equipament és imprescindible per mantenir l'activitat ramadera de la comarca. Molts coincideix a dir que l'aprofitament de la carn és bona i que la feina es fa d'una manera artesana. Aquest és un punt a favor de l'escorxador de Ripoll, sobretot davant la proliferació d'escorxadors extremadament intensius. Tanmateix, també s'han detectat una sèrie d'aspectes a millorar que són:

- El feinejat no és sempre acurat. Arriben canals en mal estat o amb peces fetes malbé. Alguns agents fan referència a què els matarifes són vells i tenen mals vicis, i altres a què hi ha estudiants en pràctiques[4].

  "De vegades arriben els ossos trencats, les cuixes i les espatlles també, alguns lloms vermells... vaja, un desastre de canals!" (46C).

  "De vegades ens han arribat espatlles trencades i canals bruts" (63C)

  "Els matarifes són grans i tenen molts vicis, el futur segur que és millor si s'aconsegueix renovar-los" (65C).

  "Esperem que millori el servei d'escorxador quan es jubilin els matarifes actuals (63C)".

- Pel que fa al porc hi ha hagut queixes específiques.

  "Cal canviar el sistema d'electrocutar els porcs, ara és un desastre, sinó es perdran clients a l'escorxador" (46C).

- Servei de transport car.

  "El servei d'escorxador és molt car. Em surt més a compte anar-m'ho a buscar" (49C).

- Servei de transport brut i poc eficient

  "El bestiar rendeix, els matarifes normalment fan la feina ben feta, el que no creiem que funciona és el servei de transport" (40P).

  "El servei de transport és fatal, són molt bruts" (63C).

  "El servei de transport és horrorós... són molt bruts i de vegades van com van..." (68P).

  "El transport és el punt flac de l'escorxador, és una feina que no volia fer ningú i que va quedar delegada a un servei molt precari" (65C).

- L'horari no és adequat per a tots els ramaders.

  "Aniria molt bé que tanquessin més tard per poder portar els animals a última hora" (39P).

- Hi ha algun ramader que recomana tenir càmeres per madurar la carn.

  "L'escorxador es podria plantejar tenir algunes càmeres per madurar la carn" (40P).

[4] Quan es va fer el treball de camp, hi havia alumnes en pràctiques a l'escorxador de Ripoll.

4. El sector professional de l'hostaleria

El Ripollès és una comarca turística i els seus bars, restaurants i hotels són empreses estratègiques per tal de dinamitzar-la. A la comarca hi ha 151 establiments que es dediquen al sector de l'hostaleria professional repartits de la següent manera.

Taula 39: bars i restaurants. Ripollès, 2014.

Municipis	Establiments	
Campdevànol	4	2,6%
Campelles	3	2,0%
Camprodon	28	18,5%
Gombrèn	3	2,0%
Les Llosses	3	2,0%
Llanars	5	3,3%
Molló	6	4,0%
Ogassa	1	0,7%
Pardines	2	1,3%
Planoles	7	4,6%
Queralbs	10	6,6%
Ribes de Freser	15	9,9%
Ripoll	21	13,9%
St. Joan de les Abadesses	12	7,9%
St. Pau de Segúries	4	2,6%
Setcases	15	9,9%
Toses	4	2,6%
Vallfogona del Ripollès	2	1,3%
Vilallonga de Ter	6	4,0%
Ripollès	**151**	**100,0%**

Font: Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

La taula anterior mostra com Camprodon és el municipi amb un percentatge més elevat d'establiments de restauració amb el 18,5% del total de la comarca. El segueixen Ripoll (13,9%), Ribes de Freser (9,9%) i Setcases (9,9%).

A la comarca del Ripollès hi ha tres col·lectius vinculats al món de l'hostaleria que són: 1) l'Associació Professional d'Hostaleria del Ripollès, 2) Les Cuines de la Vall de Camprodon i 3) Els Fogons de la Vall de Ribes.

4.1. L'Associació Professional d'Hostaleria del Ripollès

L'Associació d'Hostaleria del Ripollès és una entitat sense ànim de lucre que representa el sector de l'hostaleria i la restauració del Ripollès. L'Associació vetlla i lluita pels interessos dels seus membres per tal de fomentar la interrelació entre les persones del mateix àmbit professional. Segons la seva filosofia, és una entitat que aposta i treballa pel turisme de qualitat en una comarca de muntanya.

L'entitat es basa en quatre línies de treball: 1) formació pels professionals i suport a la formació de futurs joves, 2) activitats per fer un turisme de qualitat i per a tothom, 3) representar el sector fora del Ripollès i 4) suport administratiu als agremiats. La taula següent mostra els socis actuals de l'entitat.

Taula 40: restaurants associats a l'Associació Professional d'Hostaleria del Ripollès, 2014.

NOM ESTABLIMENT	POBLACIÓ
Restaurant Can Jeroni	Beget
Cal Carter	Campdevànol
Cal Ras	Campelles
Can Peric	Camprodon
Hostal La Placeta	Camprodon
El Pont 9 de Camprodon	Camprodon
Hotel San Roc	Camprodon
Restaurant Les Planes	Espinavell - Molló
Can Casanova	Fornells de la Muntanya
Fonda Xesc	Gombrèn
Santuari de Montgrony	Gombrèn
Restaurant Dachs	Les Llosses
L'Arcada	Ribes de Freser
Hotel Catalunya	Ribes de Freser
Hotel Rest. Sant Antoni	Ribes de Freser
Resguard dels Vents SL	Ribes de Freser
C17	Ripoll
Gustus	Ripoll
Solana del Ter	Ripoll
La Piazzetta	Ripoll
La Barricona	Ripoll
Cat Can Guetes	Ripoll
Hostal de Rama	Ripoll
El Crocus Restaurant	Ripoll
La Taverneta	Ripoll

Bar l'Arcada	Ripoll
Testamatta	Ripoll
Snack Bar Ramon	Ripoll
El Racó del Mig	Ripoll
Càmping els Roures	Sant Pau de Segúries
Restaurant Can Jepet	Setcases
Mas Repunxó	St. Joan de les Abadesses
Bar Peret	St. Joan de les Abadesses
Hotel Serrasolsas	Vidrà

Font: Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

Actualment l'Associació d'Hostaleria del Ripollès es troba en un moment de poca activitat. Un dels indicadors és que la seva pàgina web no està actualitzada.

Del treball de camp es copsa un cansament generalitzat per part dels professionals del sector, tant per una etapa de crisi que ja fa anys que està instaurada a la comarca, com per unes dinàmiques passades que no afavoreixen el treball en grup en l'actualitat.

> "Falta pinya en el món de la restauració, i hi ha molts mals rotllos antics. No sé com es pot revertir aquest sentiment" (58H).

També hi ha restauradors que s'excusen de la seva nul·la participació en l'entitat perquè prioritzen el dia a dia, o bé perquè no tenen sentiment de grup i no troben el seu lloc en les associacions que ja existeixen.

> "No formo part de cap associació perquè prioritzo el dia a dia" (60H).

Pel que fa a la representativitat de l'associació, moltes de les persones amb les que s'ha interactuat reiteren que actualment l'entitat no representa el sector i que a més, les poques coses que es fan, se centren molt en els establiments de Ripoll.

> "La imatge que dóna actualment l'Associació d'Hostaleria és que treballa bàsicament per als restaurants de Ripoll. Els membres de la junta són d'allà i des d'allà ho remenen" (51H).

> "Per a mi, ara mateix l'Associació d'Hostaleria té una imatge molt negativa, no tenen cap sensibilitat cap a les Valls, treballen per ells" (56H).

> "L'Associació d'Hostaleria està molt centrada a Ripoll, sembla que no facin res per a la resta de restaurants de la comarca" (59H).

Un altre del temes que es reitera en les diferents entrevistes és la implicació de l'entitat en la dinamització de l'Aula d'Hostaleria per a que realment esdevingui una eina per al sector professional de la comarca. Actualment la percepció que es té des de la major part del territori és que no es fa gairebé res per al sector i que per tant no tenen sentit ni l'Associació d'Hostaleria del Ripollès ni l'Aula d'Hostaleria del Ripollès.

> "En el seu moment l'Associació d'Hostaleria va tirar molt fort per posicionar el projecte de l'Aula d'Hostaleria, però tota aquella empenta ara no hi és" (56H).

Algunes de les propostes per part dels professionals estan encaminades tant a recuperar la formació de qualitat per als establiments de la comarca, així com a fomentar el consum dels productes del Ripollès.

> "Estaria bé fer cursos per aprendre a conservar el producte de qualitat, tant amb tècniques antigues com modernes" (58H).

> "Ens falta feina a fer amb els productors. Segurament podríem treballar plegats en un tipus cooperativa... on tots hi sortíssim guanyant" (58H).

4.2. Les Cuines de la Vall de Camprodon

L'Associació Cultural i Gastronòmica Cuines de la Vall de Camprodon va néixer l'any 2005, per tal de preservar i promoure el patrimoni cultural de la Vall de Camprodon. Els restaurants que en formen part treballen per defensar els productes del territori i una riquesa gastronòmica vinculada als seus pobles.

Des que es va crear, l'associació organitza diferents temporades gastronòmiques com la de la Matança i la de la Quaresma. Des de l'entitat fomenten dos dels productes representatius de la Vall de Camprodon: el poltre i la trumfa. Tots dos formen part de la marca de garantia Producte del Ripollès.

La taula següent mostra els establiments que són socis de les Cuines de la Vall de Camprodon actualment.

Taula 41: restaurants associats a les Cuines de la Vall de Camprodon, 2014.

NOM ESTABLIMENT	POBLACIÓ
El Pont 9 de Camprodon	Camprodon
Restaurant Les Planes	Espinavell - Molló
Can Jordi	Espinavell – Molló
El Grèvol	Llanars
Hotel Calitxó	Molló
El Costabona	Molló
Hostal Can Tiranda	Setcases
Restaurant Can Jepet	Setcases
Restaurant Pirineu	Setcases
Fonda Rigà	Tregurà – Vilallonga de Ter

Font: Mancomunitat de la Vall de Camprodon, 2014.

Actualment el col·lectiu de les Cuines de la Vall de Camprodon és el més actiu dels tres que s'identifiquen a la comarca. Organitzen un nombre regular d'activitats, tant de caràcter professional com de cara al públic en general.

4.3. Els Fogons de la Vall de Ribes

El Col·lectiu de cuina "Els Fogons de la Vall de Ribes" es va crear amb l'objectiu de dinamitzar la cuina autòctona de la Vall de Ribes així com els seus productes característics. La taula següent mostra els socis actuals.

Taula 42: restaurants associats als Fogons de la Vall de Ribes, 2014.

NOM ESTABLIMENT	POBLACIÓ
Restaurant el Llac	Campelles
La Perdiu Blanca	Ribes de Freser
Hotel Prats	Ribes de Freser
Hotel Els Caçadors	Ribes de Freser
Resguard dels Vents SL	Ribes de Freser
Can Sart	Ribes de Freser
Ca l'Anna	Ventolà

Font: Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

A partir de les entrevistes del treball de camp s'identifica un moment de poca activitat en l'entitat. Els seus socis reconeixen que estan passant una mala època des de diferents punts de vista i que necessiten "alguna cosa" que els estimuli a treballar de nou.

> "Els Fogons de la Vall de Ribes van tenir el seu moment bo, ara no sé ben bé com estem, segurament esperant que passi alguna cosa i ens tornem a activar" (56H).

Des dels Fogons de la Vall de Ribes s'havia treballat per recuperar receptes antigues vinculades als productes de la zona. Es va fer una formació a mida amb en Jaume Figueres per explicar la història de la cuina de la Vall de Ribes, i així valorar el patrimoni històric i cultural de la nostra gastronomia. Productes com el pèsol negre són propis d'aquesta zona de muntanya i serien un bon reclam per treballar una cuina que no oblida els seus orígens.

4.4. L'Aula d'Hostaleria del Ripollès

L'Aula d'Hostaleria del Ripollès és l'espai de referència en temes gastronòmics a la comarca. Quan es va crear, el seu objectiu era oferir una formació nova que no existia a les comarques veïnes i alhora donar un valor afegit al sector de l'hostaleria i la restauració del Ripollès. La filosofia sempre ha estat treballar d'una manera propera al territori i interactuar amb els agents estratègics de tota la cadena de valor del producte, des de la pagesia fins als professionals dels fogons.

Actualment s'imparteixen les formacions de Cicle Formació de Grau Superior de Direcció en Cuina, Cicle Formatiu de Grau Mitjà de Cuina, Cicle Formatiu de Grau Mitjà de Pastisseria i Forneria, i pel que fa a la formació ocupació s'imparteix el Programa d'Auxiliar de Cuina i Serveis de Restauració, així com formació ocupacional de cuiner. A més d'aquestes formacions a l'Aula d'Hostaleria del Ripollès també es programa formació contínua per als professionals, així com diferents jornades i seminaris que siguin d'interès per al sector.

L'Aula d'Hostaleria del Ripollès es va concebre com un projecte estratègic en el qual tant el sector públic com el privat hi varen confiar. Des dels seus inicis l'any 2003 el projecte ha passat per diferents fases. Les instal·lacions i l'oferta formativa han augmentat en els darrers deu anys, mentre que la implicació del sector professional s'ha reduït.

En l'actualitat l'Aula d'Hostaleria del Ripollès és un actiu estratègic per treballar el vincle entre la pagesia i la restauració, però encara no està prou definida la manera d'assolir aquest objectiu. La visió, d'una bona part, del sector professional és que el viratge de l'Aula d'Hostaleria del Ripollès cap a una entitat de formació professional i ocupacional, ha deixat de banda el sector professional. Moltes de les persones entrevistades no se senten partícips del projecte i per tant no estan motivades ni a implicar-s'hi ni tampoc a veure que hi ha oportunitats noves de cara al futur.

> "L'Aula s'ha especialitzat amb la part d'Escola i la professional ha quedat més deslligada" (59H).
>
> "L'Aula s'ha fet un monstre molt gros per format la canalla i no ha quedat espai per als professionals" (55H).
>
> "S'hauria de fer una feina més adreçada als professionals de l'hostaleria" (19H).

Recuperar el valor estratègic de l'Aula d'Hostaleria com un actor actiu en la dinamització del producte local és un dels reptes més grans que afronta la comarca, sobretot, en els àmbits agroalimentari i turístic. Una de les dificultats per tal d'assolir aquest objectiu és la complexa coordinació entre la direcció des del Consorci Ripollès Desenvolupament i la direcció del IES Abat Oliva.

Finalment, i agafant la reflexió d'un dels cuiners entrevistats, la realitat detectada a la comarca pel que fa al nivell de formació i professionalitat de les persones que estan treballant al sector, és que hi ha molt marge de millora. S'identifica un estancament del sector que es manifesta tant en el moment de poca activitat de les associacions professionals de cuina, com amb les reflexions de moltes de les persones vinculades al sector.

> "Al Ripollès tenim un nivell de cultura gastronòmica molt baix, hauríem de mirar cap a Osona Cuina o la Cuina de l'Empordanet" (55H).

S'identifica la "cuina de muntanya" com un horitzó comú pel qual treballar des del territori i a través de l'Aula d'Hostaleria del Ripollès. Deu anys després de la seva posada en marxa, l'equipament necessita un enfocament dirigit a nodrir el sector professional de la comarca i a situar-lo com un referent en cuina lligada al territori. Cal continuar amb la formació per les generacions més joves, al mateix temps que es reforça la capacitació i reciclatge del professionals en actiu.

5. El Producte del Ripollès

La marca de garantia "Producte del Ripollès" té el seu origen l'any 2006 quan des del Consorci Ripollès Desenvolupament i des del sector agrari es va apostar per crear una marca de garantia que defensés la qualitat dels productes elaborats a la comarca. La marca de garantía Producte del Ripollès va néixer per donar un valor afegit a les produccions de la comarca, i poder diferenciar tant la procedència dels productes com la seva qualitat. Un dels valors de la marca de garantia és treballar amb el sector agrari professional que dóna vida a l'espai rural i que per tant manté un tarannà vinculat al territori, tant pel que fa al tipus de producció com al model de funcionament. La següent frase defineix el que expressa un ramader que se sent part de la pagesia de la comarca del Ripollès i que vol continuar mantenint la dimensió pagesa i no convertir-se en una empresa càrnia. Aquest és l'esperit que defensa la marca de garantia de treballar de "petit a petit".

> "Jo no vull ser cap empresa càrnia, vull ser pagès" (14P).

En aquell moment es va optar per crear un certificat sota la normativa de la "Marca de garantia". Actualment a Catalunya només n'hi dues: Productes dera Val d'Aran[5] i Productes de l'Empordà[6]. És una marca que està aprovada per la "Oficina Española de Patentes y Marcas de Madrid" amb un Informe favorable del Departament d'Agricultura de la Generalitat de Catalunya. La marca de garantia la poden utilitzar les empreses que compleixin el reglament d'ús, sota el control i autorització del seu titular que en aquest cas és el Consorci Ripollès Desenvolupament. Actualment, a Catalunya, hi ha altres maneres de diferenciar la qualitat dels productes com per exemple les Denominacions d'Origen o les marques comercials com la recent Girona Excel·lent[7].

Els trets comuns a tots els productes que se certifiquen sota la marca de garantia Producte del Ripollès són: 1) una mitjana de qualitat per sobre de la resta de productes, 2) l'origen geogràfic (Ripollès) i 3) el sistema d'elaboració del producte (artesanal). Els productes inclosos fins la data són: carn de boví, carn de poltre, carn d'oví i cabrum, llangonisseta i

[5] www.productesvaldaran.com
[6] www.empordaturisme.com
[7] Girona Excel·lent és un segell de qualitat agroalimentari que promouen la Diputació de Girona i la Cambra de Comerç per tal d'impulsar, promoure i difondre en l'àmbit estatal i internacional els productes agroalimentaris gironins de la més alta qualitat Per a més informació: www.gironaexcellent.cat

embotits elaborats amb carn de porc del Ripollès, llet i derivats làctics, i trumfes.

Tot seguit es fa una anàlisi de les diferents associacions que formen la marca, detallant la descripció, la capacitat de producció i la capacitat de compra local.

5.1. Associació de Ramaders del Ripollès

5.1.1. Descripció

El Ripollès disposa d'una gran extensió de prats i pastures on es crien els vedells i les vedelles que després es poden trobar transformats en carn als diferents establiments del territori. Alguns dels ramaders del Ripollès han iniciat un treball conjunt amb **l'Associació de Ramaders del Ripollès**, que ha creat dues marques de carn de boví de qualitat: la Vedella de Ramaders del Ripollès i la Vedella Blanca de Muntanya del Ripollès.

Tot i que al Ripollès hi ha diferents races bovines, cal destacar la cria i conservació de la bruna dels Pirineus. Aquesta raça prové d'una antiga fusió entre la vaca autòctona catalana i bovins de raça bruna alpina procedents de Suïssa. És una raça especialitzada en la producció de carn i molt adaptada als prats de la zona.

Vedella de Ramaders del Ripollès és la marca amb què es distingeix la carn de vedella que compleix amb els requisits d'origen i qualitat definits en el Reglament Tècnic i amb els procediments de certificació que els regulen. Aquesta carn prové d'animals nascuts, criats i engreixats a les explotacions dels ramaders de l'Associació de Ramaders del Ripollès. Són vedells que mamen de les seves mares i pasturen com a mínim durant 4 mesos. Llavors es complementa l'alimentació amb farratges naturals i concentrats naturals amb pinso 100% vegetal expressament autoritzat pel Departament d'Agricultura. Aquests animals són sacrificats en escorxadors autoritzats a l'edat de 8 a 12 mesos.

Vedella Blanca de Muntanya del Ripollès és la marca amb què es distingeix la carn de vedella que compleix amb els requisits d'origen i qualitat definits en el Reglament Tècnic i amb els procediments de certificació que els regulen. Aquesta carn prové d'animals nascuts i criats a les explotacions dels ramaders de l'Associació de Ramaders del Ripollès. Són vedells que mamen de les seves mares i pasturen des del naixement fins al sacrifici. Aquests animals són sacrificats en escorxadors autoritzats a l'edat de 5 a 8 mesos.

Les característiques comunes que han de complir els socis són:

• Vedells nascuts, criats i engreixats en explotacions del Ripollès fins el sacrifici.

• Races càrnies i els seus creuaments.

• Identificats amb cròtals, DIB.

• Complir la normativa sobre maneig, estat sanitari, benestar animal.

• Es compleix un programa de control integrat, des del naixement fins als punts de venda.

L'any 2014 es va acordar que les explotacions que se certifiquessin pel CCPAE no caldria que se certifiquessin també amb la EICG. El motiu de la decisió rau en la no duplicació de certificacions, fet que augmenta la burocràcia i els costos. Al mateix temps introdueix una manera nova de gestionar l'associació, el distintiu i els controls.

5.1.2. Capacitat de producció

Taula 43: capacitat de producció dels socis de l'Associació de Ramaders del Ripollès. Ripollès, 2014.

Explotació bovina	Municipi	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles	CCPAE
Els Closos i Cal Sant	Campdevànol	0	0	23	7	Si
Mas Les Coromines	Campdevànol	50	47	110	67	Si
Mas el Grané	Campdevànol					
Mas Pernau	Campdevànol	20	4	56	44	Si
Mas Pujol	Campdevànol	30	0	60	41	No
Rosset Ramaders	Campdevànol	15	0	36	36	Si
Fonda Xesc	Gombrèn	10	0	120	103	Si
Mas Corbera	Les Lloses	10	9	50	26	No
Mas Guixé	Les Lloses	20	9	30	17	No
Mas les Falgoses	Les Lloses	40	15	80	61	No
Ramaderia Tubau	Pardines	75	4	200	184	Si
Cal Titet de Serrat	Queralbs	7	7	42	25	Si
Cal Castany	Ribes de Freser	0	0	40	10	No

Can Riu	Ribes de Freser	8	8	200	186	Si
Mas La Torre-Tarruella	Ribes de Freser	45	10	137	135	Si
Mas Puig de Viladonja	Ripoll					
Mas Perella	Sant Joan de les Abadesses	17	8	51	39	No
Mas Planaves	Sant Joan de les Abadesses	6	5	25	25	Si
Mas Rodonella	Sant Joan de les Abadesses	26	23	50	50	Si
El Callís SCP	Sant Pau de Segúries	38	21	57	48	No
Mas Batlló	Vilallonga de Ter	90	0	80	66	Si

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

Les dades anteriors mostren com el nombre d'animals engreixats és molt inferior a la capacitat a la qual podrien arribar, sempre tenint en compte que les dades del cens d'engreix són orientatives. Del treball de camp sorgeixen les següents valoracions:

> "Fa 15-20 anys cada casa s'engreixava els seus animals. Quan el pinso va tocar sostre els ramaders varem decidir vendre els vedells als vedellaires i no assumir la pujada del preu del pinso. Si la demanda ens garanteix un preu just pels nostres animals, els ramaders tornarem a engreixar vedells al Ripollès (4H).

La reflexió anterior mostra com va canviar la dinàmica d'engreix amb la pujada desmesurada del pinso. En aquest sentit no queda clar si els ramaders no engreixen més vedells perquè les condicions climàtiques i geogràfiques no són les idònies, o si és perquè el sistema de producció, distribució i engreix dificulta tancar el cercle en les explotacions de muntanya. La següent valoració contradiu l'anterior.

> "No tenim cereal per fer pinso i per això tenim vaca de pastura i no engreix. Perdem diners engreixant els vedells" (12P).

També és interessant analitzar com funcionen les dues marques de vedella, la de muntanya i la blanca. De fet, la vedella blanca va sorgir per tal de poder comercialitzar una carn que no necessités engreix. El problema, segons els socis, és que no s'ha sabut explicar bé.

> "La vedella blanca si que surt més bé alhora de fer números i és molt bona, però si se sap explicar bé" (12P).

Tots els vedells de la marca de garantia tenen el seu certificat. L'entitat certificadora fa dues visites l'any en la que es comproven els llibres de registres de bovins, el pinso, etc. Des de Ripollès Desenvolupament es fa el certificat a partir del DIP que arriba a partir del ramader. S'identifiquen algunes problemàtiques com per exemple la dificultat per gestionar el DIP a través de Ripollès Desenvolupament, o bé perquè no arriba, o bé perquè arriba tard. Aquest fet provoca que la carnisseria no pugui identificar en el moment que ho necessita que aquell animal és de la marca de garantia.

La taula següent mostra els animals que es van sacrificar l'any 2014 a través de la marca de garantia. Són els productors que no estan inserits en el CCPAE i que per tant segueixen els passos de la EICG. Els 135 animals, signifiquen al voltant del 10% del total que se sacrifica a la comarca del Ripollès.

Taula 44: boví sacrificat i certificat per la EICG. Ripollès, 2014.

Productor	Ribes de Freser	Ripoll	Camprodon	Total
Medir Jordà Serra		17		17
Les Falgoses, SCP		41		41
Ramon Cabana Soldevila		10		10
Callís SCP			7	7
Domènec Palomera Bossoms			23	23
Josep Maria Pujals Capdevila		16		16
Joan Colomer Portell	21			21
TOTAL	**21**	**84**	**30**	**135**

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

Pel que fa al bestiar certificat pel CCPAE, com que ja no segueixen el procés de certificació de la IEGC, no és possible conèixer al detall el nombre d'animals dels socis que se sacrifiquen a la comarca.

5.1.3. Capacitat de compra local

Tal i com s'ha constatat a l'apartat anterior, l'Associació de Ramaders té capacitat d'incrementar la producció local de vedella, tant de muntanya com blanca. El problema és que no hi ha una estratègia conjunta que aglutini la carn de tots, o d'una bona part, dels productors. Cada ramader ven i

distribueix a la seva manera. Si que els identifica el distintiu de la "R", però això no significa que vagin tots a una.

> "Alguns ramaders de l'associació acaben venent els vedells pel seu compte a un marxant i no tenen en compte els compromisos que s'han assumit des de l'associació" (31P).

La valoració general dels socis amb els que s'ha parlat, és que la marca no els hi serveix per comercialitzar més. Si que hi ha algun cas de ramaders que exigeixen el segell de la "R" perquè els hi demana la carnisseria a la que serveixen el vedell, però només es dóna en els ramaders més implicats.

Els ramaders també es queixen reiteradament de què els restaurants no compren carn de la comarca, i que si ho fan, és de manera puntual. Els més optimistes pensen que es pot millorar aquesta relació, i els més negatius estan convençuts de què no hi ha res a fer, que els restaurants van a comprar sempre allò més econòmic i que no es fixen en l'origen del producte.

> "No estem casats amb carnissers i restaurants" (12P).

5.2. Associació de Pastors del Ripollès

5.2.1. Descripció

El Ripollès disposa d'una gran extensió de prats i pastures on es crien i s'engreixen, de forma semiextensiva, les ovelles i els xais dels ramats de la comarca. Un grup de pastors del Ripollès s'ha associat per tal de potenciar l'ofici i valorar els seus productes, creant una marca de qualitat certificada anomenada: **Oví i Cabrum de l'Associació de Pastors del Ripollès**.

Entre les diferents races cal destacar l'ovella ripollesa, raça rústica autòctona del nord-est de Catalunya adaptada a les condicions geoclimàtiques de la zona. El sistema productiu se sol caracteritzar per ramats de 100 a 800 ovelles en maneig semiextensiu, generalment sense planificació reproductiva i complementant la pastura directa amb fencs, palla de cereals i concentrats. L'ovella ripollesa s'ha caracteritzat com una raça de prolificitat moderada i baixa mortalitat dels xais.

El producte típic comercialitzat pels ramaders d'aquesta raça és el xai pascual amb un pes de canal d'entre 10 i 12 kg. No obstant això, la recent iniciativa del xai lletó Ripollès (sacrifici als 20-40 dies d'edat) presenta cada vegada una major implantació a la raça. Per la millora i la selecció de la

raça, així com per potenciar-ne la conservació s'ha creat l'Associació Nacional de Criadors d'Oví de Raça Ripollesa (ANCRI).

L'Associació de pastors del Ripollès va néixer per aglutinar els ramaders de la comarca amb la voluntat de millorar el funcionament de les seves explotacions ramaders i així tenir més força per organitzar-se.

Els xais i cabrits de la marxa Producte del Ripollès han de complir els següents requisits:

- Ser nascuts, criats i engreixats en explotacions localitzades al Ripollès, i haver estat alletats per les seves mares fins al sacrifici.
- Els animals aniran identificats des del naixement fins al sacrifici segons la normativa vigent.
- Les races aptes per a aquesta producció seran totes les races càrnies i els seus creuaments.
- Realitzar, com a mínim, el control del producte a cada establiment productor un cop cada any.
- L'etiquetatge de la marca de garantia "Producte del Ripollès" serà totalment compatible amb altres marques de qualitat, certificacions ecològiques, etc.

5.2.2. Capacitat de producció

Taula 45: capacitat de producció dels socis de l'Associació de Pastors del Ripollès. Ripollès, 2014.

Explotació ovina	Municipi	Capacitat femelles	Cens femelles	CCPAE
Moli de Cal Magnet - La Coromina	Campdevànol	1695	1155	No
La Rovira	Les Llosses	214	108	Si
Can Picola	Ogassa	600	469	No
Cal Titet	Queralbs	180	105	Si
La Vila De Llaers	Ripoll	620	542	No
Mas Serrat de la Teia - Mas Rama	Sant Joan de les Abadesses	440	420	Si
Can Boixerol	Sant Joan de les Abadesses	100	82	No
Mas Planallonga	Vallfogona de Ripollès	300	208	No
Mas Llastanosa	Vallfogona de Ripollès	294	200	Si

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

Des de l'any 2012 els pastor que se certifiquen amb el CCPAE no certifiquen els seus animals a través de la EICG, però si de l'Associació de Pastors. Es va prendre aquesta decisió per tal que els ramaders no haguessin de pagar dues certificacions de qualitat, quan només reben un ajut per part de la Generalitat. Les taules següents mostren ell nombre d'animals sacrificats i certificats per la EICG. El total d'animals sacrificats sota el control de a EICG significa al voltant del 10% dels sacrificis totals de la comarca del Ripollès.

Taula 46: oví sacrificat i certificat per la EICG. Ripollès, 2014.

Productor	Ribes de Freser	Ripoll	Camprodon	Total
Can Picola CB		497		497
Josep Basaganya Fajula		119		119
Jaume Font Casadesús	222	14	132	368
Maria Remei Labró Coma		119		119
Joan Auquer Planella	59			59
	281	749	132	1.162

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

Taula 47: cabrum sacrificat i certificat per la EICG. Ripollès, 2014.

Productor	Ribes de Freser	Ripoll	Camprodon	Total
Can Picola CB		10		10
Josep Basaganya Fajula				0
Jaume Font Casadesús	14		87	101
Maria Remei Labró Coma	6			6
Joan Auquer Planella				0
	20	10	87	117

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

Dels 9 socis de l'associació de pastors, 5 són ecològics. Tot i que es constata que el consum local de xai i cabrit ecològic no està valorat. De fet, la majoria de productors que engreixen en ecològic ho fan perquè hi ha un ajut directe a la producció.

> "La gent d'aquí no creu amb el segell ecològic" (62C).

Un altre dels temes controvertits en relació al xai, és la temporalitat del producte. La major part dels ramaders estan convençuts de què és un producte de temporada i que hi ha alguns mesos al llarg de l'any en els que no es òptim consumir xai ni cabrit. Però no tots els ramaders hi estan d'acord, ja que n'hi ha que organitzen els parts de maneres diferents i tenen animals durant l'any.

> "L'estacionalitat del producte no ajuda. La temporada del xai és a principi d'any i el major consum a l'estiu. Cal tenir xai tot l'any?" (4H).
>
> "Es podrien ordenar els parts, però de moment no ho fem. Només hi ha tres explotacions que tinguin xais a l'estiu, la resta els tenim de novembre a juny" (13P).
>
> "Ens hem acostumat a tenir de tot, tot l'any i això va encontra nostra, però que hem de fer?" (58H).

Un dels problemes que actualment es detecta a l'associació de pastors del Ripollès és que no estan organitzats per estructurar l'oferta de xai del Ripollès.

> "Els pastors de la comarca s'haurien d'organitzar millor per vendre el seu producte a les carnisseries. Una gestió una mica més empresarial" (49C).
>
> "L'associació no funciona gaire, no anem ben coordinats, ni tenim prou empenta... i no sé si tenim ganes de vendre conjuntament" (68P).

Segons la tècnica de l'associació, quan es convoca als pastors acostumen a participar gairebé tots. Aquest fet no vol dir que l'objectiu inicial de fer pinya i poder vendre millor el seu producte, s'hagi acomplert. Els pastors es van unir per poder vendre conjuntament i així vendre bona part dels seus xais a la comarca i de manera directa, però sembla que alhora de la veritat cada pastor s'organitza a la seva manera. S'identifica una opinió general en què els productors són conscients que tenen un producte molt bé, però que no saben vendre'l. El grau d'implicació de la major part de pastors de l'associació és baix i per tant, no permet que l'entitat avanci ni que es pugui fomentar una major venda de producte local.

> "El producte ja el tenim, falta que hi hagi més gent implicada" (68P).

5.2.3. Capacitat de compra local

Tant de les dades secundàries com la informació recollida de les entrevistes amb els agents s'observa una reducció molt important del consum de xai per part de la població local.

> "El consum de xai s'ha reduït un 80% en els últims vint anys, com vols que quedin pastors?" (65C).

Els motius es poden resumir en:

- Preu elevat en relació a altres carns.
- Els consells que donen els metges per no consumir carn de xai, sobretot pel seu contingut alt en greixos.
- La prohibició o excessiva regulació de fer foc al bosc, i la conseqüent reducció de les costellades.
- El desconeixement de la cocció de la carn de xai a casa.
- La introducció de carn de xai de poca qualitat als supermercats locals.

En el cas dels xais i els cabrits, hi ha alguns restaurants com Fonda Xesc, Mas les Freixes, Els Caçadors, La Solana de Ter i Rama, que compren directament els animals als pastors. Un dels problemes que identifiquen els restaurants és que al comprar directament, cal pagar l'escorxador i el transport, que són dos proveïdors diferents. Això genera factures i un grau de gestió, que si ho compressin directament a un intermediari, seria molt més senzill.

> "No puc anar pastor per pastor per veure si tenen xais, per comprar xai del Ripollès necessito un únic interloculor... més àgil" (63C).

> "No vull anar pastor per pastor a veure qui té xai, necessito un intermediari que em garanteixi que aquell xai és del Ripollès i que jo ho pugui explicar als meus clients al taulell" (50C).

S'identifica una necessita imperant de cercar una persona i/o una empresa que faci la intermediació entre els pastors i els punts de venda. Aquesta podria ser externa o bé, com opina algun pastor, podria estar contractada per l'associació de pastors per fer la feina de coordinació i de comercial. D'aquesta manera s'ordenaria millor la producció, s'interlocutaria amb l'escorxador i s'obririen canals de venda nous.

> "L'associació podria ser la intermediària amb l'escorxador de Ripoll" (68P).

Pel que fa a les carnisseries, n'hi ha que tenen un compromís fort i estable amb alguns pastors, n'hi ha d'altres que barregen els animals de la comarca amb els dels engreixadors de la plana, i també hi ha carnisseries que no compren producte local. Aquesta complexitat confon enormement el consumidor que no té clar que compra i de quina qualitat.

> "Costa molt vendre xai, en surt molt poc pel taulell. Penso que la gent s'ha avorrit de menjar xai dolent i ara no en volen ni d'aquí ni d'allà" (62C).
>
> "El xai hauria de ser el producte estrella de la carnisseria. La gent hauria d'identificar que a les carnisseries pot comprar bon xai, i no pas al supermercat" (63C).
>
> "És molt difícil treure el xai pel taulell. A més és molt ruïnós per als carnissers. La gent només vol unes parts, i amb les altres que fas? Les regales? (49C).
>
> "Jo de vegades tinc xai de la comarca i de vegades no, i com que no sempre ho és, doncs no ho poso al taulell" (50C).

Un altre dels factors a tenir en compte quan es parla del xai són els subproductes de la llana i la pell. Actualment la pell té un valor que equival al preu del sacrifici a l'escorxador, però també és cert que varia al llarg de l'any i que els pastors no tenen massa marge de maniobra. Pel que fa a la llana, és un producte totalment desprestigiat, que en la major part dels casos no arriba ni per pagar la feina d'esquilar els animals.

> "La llana i la pell del xai ja no tenen tant de valor com abans" (13P).

Hi ha carnissers que no creuen amb la marca de garantia perquè no tenen la seguretat que darrere de l'etiqueta hi hagi la qualitat que es ven sota la marca. Aquest argument es troba sobretot amb la carn de xai. Hi ha carnissers que s'estimen més comprar el xai a l'engreixador que sempre li porta la mateixa qualitat.

> "Primer ha de ser bo, i després del Ripollès" (65C).

Una manera de controlar l'origen i el destí dels xais i els cabrits, és que els escorxadors facin una aposta per identificar la procedència dels animals i posar-la en valor.

5.3. Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès

5.3.1. Descripció

Al Ripollès hi ha 52 criadors d'eugues que s'han unit per formar **l'Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès**. Els seus poltres es crien en extensiu, l'estiu el passen a alta muntanya i a l'hivern baixen a les valls. A la tardor, quan els ramats baixen de les muntanyes per passar a la fase d'engreix. La gran majoria es venen el dia 13 d'octubre en la Tria de Mulats d'Espinavell. Només 5 socis fan l'engreix dels animals i tanquen el cercle fins al consum.

Una vegada engreixats, l'època de sacrifici és al voltant de l'any de vida i s'aconsegueix una molt bona qualitat de la carn per la seva tendresa i per les seves característiques. La carn de poltre és un aliment sa, nutritiu i amb unes característiques especials que la diferencien de la resta de carns. És molt tendra i una mica dolça, té pocs greixos i molt de ferro.

La cria d'aquests poltres contribueix al manteniment de la raça de Cavall Pirinenc Català. Aquesta prové dels encreuaments entre eugues autòctones de les comarques pirinenques i els grans cavalls de carn que oferien les parades militars durant el segle XX. El cens aproximat és d'uns 5.000 animals. És una raça equina localitzada en set comarques dels Pirineus i Prepirineus, destinada principalment a la producció de carn i, de manera secundària, a activitats turístiques.

Ha estat una carn poc valorada que en els últims anys ha aconseguit situar-se com un aliment saludable. També és interessant com alguns productors estan innovant, per exemple fent embotit de la carn de poltre.

> "És una carn que hauríem de vendre perquè és molt saludable, però costa molt que la gent canviï d'hàbits" (14P).

5.3.2. Capacitat de producció

Taula 48: capacitat de producció dels socis de l'associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès. Ripollès, 2014.

Productors	Tipus producció	Poltres sacrificats
Esteve Costa	Ecològica	4
Josep Roqué	Ecològica	14
Miquel Tortades	Convencional	15
Jaume Tubau	Ecològica	13
Joan Moret	Ecològica	69

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Mancomunitat de la Vall de Camprodon, 2014.

La major part dels productors de poltre venen els animals el dia de la Tria de Mulats d'Espinavell. En aquest sentit, els més de cinquanta productors crien els poltres, però no els engreixen. Per tant, una vegada han venut els poltres a la tardor, aquells animals són engreixat en granges fora de la comarca i es perd la traçabilitat del producte.

Per poder retenir una part del valor afegit de la producció dels poltres, hi ha 5 socis de l'Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès, que engreixen els seus poltres, tot i que en la major part dels casos no arriba a ser de tota la producció. Hi ha un dels socis, que a partir d'una carnisseria, comercialitza la major part dels poltres del Ripollès, tant a la comarca com a fora.

Pel que fa a la certificació de la marca de garantia, s'ha de tenir en compte que els productors de poltre no han estat mai certificats per la IECG. Fan sevir el logo del poltre, però no el del Producte del Ripollès.

I pel que fa a la tipologia de producció, també s'ha de tenir en compte que malgrat la major part del poltre és ecològic, no sempre té el certificat del CCPAE perquè l'escorxador de Camprodon no ho és. Actualment per a què un poltre pugui tenir el certificat del CCPAE cal que se sacrifiqui a l'escorxador de Ripoll, que si que està donant d'alta com a ecològic. Els productors ecològics que sacrifiquen a l'escorxador de Camprodon perden l'ajut d'ecològic per al sacrifici.

5.3.3. Capacitat de compra local

Malgrat el consum de carn de poltre ha augmentat en els darrers anys, encara és un producte especial que no es troba ni en totes les carnisseries, ni en tots els restaurants. Des de l'Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès, s'ha fet un gran esforç els últims anys per potenciar el seu consum. Del treball de camp, s'han detectat alguns problemes com per exemple que hi ha algunes carnisseries que prefereixen no tenir-ne perquè és una carn que entra en "competència" amb la vedella.

> "Ho varem provar, però no va funcionar. El que veníem de poltre, deixàvem de vendre-ho de vedella" (65C).

> "Dificultat de venda perquè competeix amb la vedella al taulell i als restaurants no la saben explicar bé" (14P).

Per altra banda, hi ha tant carnissers com restauradors, que estan molt contents del servei que es dóna des de la l'Agrobotiga de la Carn a Llanars.

> "Estic molt content amb el producte i el tracte d'en Joan Moret. Ell és clar, té visió comercial, és atent, et fa un descompte si cal, està per tu... als cuiners també ens agrada que ens cuidin" (56H).

El fet que el mateix productor tingui una carnisseria i es distribueixi la seva carn, fa que hagi obert un mercat ampli tant a la comarca com a altres territoris catalans.

5.4. Cooperativa Ramadera de Molló

5.4.1. Descripció

A la Vall de Camprodon la trumfa, o patata, s'ha cultivat des d'antic amb magnífics fruits, ja que són les muntanyes el clima idoni per aquest conreu, sobretot per a la patata de llavor. Actualment és un cultiu complementari per a la pagesia de la Vall que contribueix a la millora de la renda d'algunes explotacions ramaderes de la zona. Els principals productors de la Vall de Camprodon, agrupats en la Cooperativa Ramadera de Molló, treballen amb una trumfa homogènia i de qualitat a partir d'un cultiu que segueix el reglament de producció, consensuat entre tots els seus membres i supervisat per una entitat certificadora oficial (EICG).

A la Vall de Camprodon el clima és rigorós i l'alçada i les característiques del sòl fan que les trumfes tinguin un creixement lent i estiguin força temps a la terra, acumulant nutrients i qualitats organolèptiques. A la Vall de Camprodon s'hi cultiva la varietat kennebec, que permet tota mena d'aplicacions culinàries. Les trumfes es venen envasades en sacs de 5, 25 i 40 quilos, degudament etiquetats.

5.4.2. Capacitat de producció

Taula 49: capacitat de producció de trumfa dels socis de la Cooperativa Ramadera de Molló. Ripollès, 2014.

Productors	Tipus producció	Producte	Quantitat (kg)
El Sayol	Convencional	Patata consum	2.710
La Riba	Ecològica	Patata consum	2.118
El Collell	Ecològica	Patata consum	755
Can Illa	Convencional	Patata consum	3.560

Mas Marxant	Convencional	Patata consum	4.010
Can Freixa	Ecològica	Patata consum	1.365
El Carol CB	Ecològica	Patata consum	2.925
		Llavor certificada	2.750

Font: elaboració pròpia a partir de dades de la Mancomunitat de la Vall de Camprodon, 2014.

La taula anterior mostra com els socis de la Cooperativa Ramadera de Molló varem produir l'any 2014, 17.443 quilograms de Trumfa de la Vall de Camprodon i 2.750 quilograms de patata de llavor certificada.

Des de la Mancomunitat de la Vall de Camprodon, s'ha donat suport a la Cooperativa de Molló per tal de certificar en ecològic la patata de llavor. Per sembrar patates cal que siguin guardades de l'any anterior, i si a més es vol que siguin certificades ecològiques han d'estar inscrites al Registre Oficial de Proveïdors de Material Vegetal. És a Mas Carol on s'està fent una prova pilot conjuntament amb la Generalitat de Catalunya per obtenir llavor ecològica certificada. Han aconseguit que en la campanya 2013-2014 s'hagi obtingut la primera producció de llavor de patata de sembra certificada per poder dedicar a la venda. La idea és que, durant els propers anys, més explotacions agràries s'hi puguin adherir i que els pagesos de la Vall de Camprodon tinguin una altra font d'ingressos per complementar la seva activitat principal. Aquesta aposta del grup de productors de trumfes de la Vall de Camprodon de la cooperativa Ramadera de Molló és un pas més per promoure i estendre el conreu de la trumfa ecològica a altres llocs del territori, sempre que les condicions ambientals s'hi adeqüin.

5.4.3. Capacitat de compra local

La Trumfa de la Vall de Camprodon es consumeix tant a la comarca com a fora. Els punts de venda habituals són les botigues, sobretot la de la Cooperativa de Molló. Aquesta distribueix les trumfes dels socis a altres establiments de la comarca i de fora de la comarca.

És la producció certificada en ecològic pel CCPAE la que té més sortida fora de la comarca, sobretot dirigida a cooperatives de consum i establiments especialitzats en producte ecològic.

Malgrat la bona rebuda de la Trumfa de la Vall de Camprodon, són pocs els establiments que l'empren d'una manera regular. S'identifiquen sobretot restaurants i botigues de la Vall de Camprodon, i algun establiment nou que les ha incorporat arran de les Temporades Gastronòmiques.

5.5. Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès

5.5.1. Descripció

El Ripollès no és una comarca eminentment porcina. Tal i com s'ha constatat a les dades de producció, només hi ha 3 explotacions que es dediquin a la cria i engreix de porcs. Per la seva banda, en moltes carnisseries i xarcuteries s'hi elaboren embotits de forma artesana, tot i que sigui amb porcs que no hagin estat produïts a la comarca. Se'n troben una gran varietat: botifarra blanca, negra, d'ou, del perol, de fetge, bufes, bulls, moletes, llangonissa culana, llangonissa de pagès, llangonissa axoriçada, fuets, xoriços, llom sec, llardons, ventre de fetge, pernils i cansalades virades, etc.

Per tal de diferenciar-se i cercar un valor afegit als productes elaborats de manera artesanal i amb matèria prima local, un grup de carnissers i xarcuters s'han associat per crear **l'Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès**. Una de les seves iniciatives ha estat crear la marca de qualitat **Llangonisseta del Ripollès**. La llangonisseta del Ripollès és una botifarra que s'elabora a partir de carn magra i cansalada virada fresca de porc que es trinxa amb la màquina de picar i, llavors, es barreja afegint-hi les espècies. Després, s'emboteix en un budell natural de porc, es talla i es lliga pels dos extrems amb un cordill de color groc, verd i blanc. Tota la carn utilitzada per la seva elaboració prové de porcs nascuts, criats i engreixats en explotacions ramaderes de la comarca del Ripollès.

La taula següents mostra els socis que formen part de l'entitat, així com l'origen dels seus porcs amb els que elaboren la llonganisseta del Ripollès.

Taula 50: socis de l'Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès, 2014.

Carnisseria	Municipi	Proveïdor de porc
Carnisseria i Xarcuteria Ca la Magda	Ripoll	Lladré, Xixa
Carnisseria i Xarcuteria Carles i Mila	Ripoll	Rodonella
Carnisseria i Xarcuteria Constans	Ripoll	Rodonella
Polleria i Cansaladeria Pineda	Ripoll	Lladré, Xixa
El Pont	Camprodon	Fogonella

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

5.5.2. Capacitat de producció

La capacitat de producció de la Llonganisseta i dels embotits del Ripollès que formen part de la marca de garantia està limitada pels porcs que es crien i s'engreixen a la comarca. La taula següent mostra les explotacions ramaderes on es pot comprar el porc del Ripollès directament.

Taula 51: capacitat de producció porcina. Ripollès, 2014.

Explotació porcina	Municipi	Cens de mares (segons cens)	Nombre aproximat de garrins a l'any
Fogonella	Sant Joan de les Abadesses	23	230
Mas el Lladré	Les Llosses	28	280
Rodonella	Sant Joan de les Abadesses	42	420

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament i del DAAM, 2014.

La taula anterior mostra com la capacitat de producció de llangonisseta del Ripollès està limitada a la cria de porcs a la comarca. Quan s'ha parlat amb els diferents agents, la majoria veuen amb bons ulls que s'incentivi l'obertura d'alguna activitat nova de producció de porcí. La dificultat, segons els agents interlocutats, són les traves burocràtiques que cal vèncer. De fet, hi ha algunes instal·lacions de producció porcina que han tancat recentment i que es podria valorar la seva recuperació per a la incorporació de persones joves al sector. Del treball de camp se n'identifica una a Rocabruna i una alta a Tosses.

> "Pensem que un porc de qualitat té mercat, però les exigències són molt altes" (40P).
>
> "Hi ha algunes granges que han tancat que es podrien recuperar per tal de fomentar el consum local de porc i dels seus derivats" (44C).

Hi ha alguns elaboradors locals d'embotit que no formen part de l'Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès, ni de la marca de garantia, com per exemple la carnisseria local de la Plaça a les Llosses o Can Barramba a Sant Pau de Seguries. Aquests obradors compren el porc local, de Mas Lladré i Mas Rodonella. S'hauria de valorar si aquests establiments volen formar

part de l'associació per tal que la llangonisseta que elaboren pogués incorporar-se a la marca de garantia Producte del Ripollès.

5.5.3. Capacitat de compra local

La capacitat de compra local de llangonisseta del Ripollès podria augmentar si des de l'Associació de Ramaders i Xarcuters del Ripollès, s'incorporessin nous socis. El problema és que no hi ha animals suficients criats i engreixats a la comarca. En aquest sentit hi ha dues opcions: 1) fomentar l'obertura d'activitats ramaderes noves vinculades al sector porcí, 2) obrir el reglament per explotacions de les comarques veïnes.

S'identifica la producció porcina de qualitat com una orientació productiva a fomentar per algunes empreses de nova creació. Tot i així, també s'ha de tenir en compte el preu que es paga per la carn de porc local. Aquesta dificultat mostra com la cadena de valor des del productor fins al consum final ha d'estar molt ben acordada i estructurada per a què totes les parts s'hi sentin implicades i en puguin treure un rendiment econòmic.

Tot i així, a la comarca hi ha molta llangonisseta que s'elabora a les carnisseries però que no està certificada pel EICG perquè les carnisseries no estan associades i/o perquè el porc no és de la comarca. Si realment es volgués fer una aposta pel consum de llangonisseta local vinculada al territori caldria fomentar tant la producció de porc local com la incorporació de socis nous a l'entitat.

5.6. Associació de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès

5.6.1. Descripció

L'Associació de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès està formada per dos grups diferents de productors: formers i pastissers, i productors de llet i elaboradors de formatge. L'associació es va crear per promocionar els productes dels petits elaboradors de la comarca, i així activar i potenciar el producte del Ripollès.

Pel que fa als productors de llet i derivats làctics, s'ha de tenir en compte que elaboren una àmplia gamma de productes de forma artesana seguint mètodes tradicionals, a partir de llet crua o pasteuritzada de vaca, de cabra o d'ovella produïda a les seves explotacions ramaderes lleteres o en altres, preferentment del territori proper. Es controla al màxim l'origen de la matèria primera per garantir una qualitat excel·lent.

Els productes làctics que s'elaboren pels membres de l'associació són llet fermentada o quefir, formatge fresc, mató, brossat, formatge tendre, formatge madurat, iogurt, flam i flam de mató, pastís de formatge i crema de formatge. Cada elaborador té una oferta diferent de productes, tots d'una qualitat excel·lent.

Pel que fa als forners i pastissers de l'Associació de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès, varen decidir inventar-se un pastís o coca que s'identifiqués amb el Ripollès i que els turistes es poguessin emportar a casa. L'any 2008 es va celebrar un concurs per escollir una coca que es pogués elaborar als diferents forns. Els ingredients per fer la pasta d'aquest producte són: farina, oli de sansa, ous, sucre, aigua, llet, sal, matafaluga en pols, canyella en pols i impulsor. És com un pa de pessic en forma de coca circular d'uns 20 centímetres de diàmetre i d'un gruix entre 4 i 7 centímetres. Una de les seves característiques diferencials és el lleuger gust a espècies. Està controlada i garantida la qualitat dels seus ingredients i la seva elaboració artesana als mateixos forns i pastisseries de la nostra comarca. Es comercialitza envasada amb una caixa comuna dissenyada per a tots els establiments adherits a la marca.

5.6.2. Capacitat de producció

Taula 52: capacitat de producció dels productors i elaboradors de làctics de l'Associació de Petits Elaboradors del Ripollès. Ripollès, 2014.

Nom de l'explotació	Municipi	Productes
Mas el Lladré	Les Llosses	Formatge, llet i derivats làctics de vaca
Formatgeria Herbacol	Queralbs	Formatge i derivats làctics de vaca
Formatges Roura-Soler	Sant Pau de Seguries	Formatge de vaca, ovella i cabra
La Folcrà	Sant Joan de les Abadesses	Llet i llet fermentada de vaca

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

La taula anterior mostra els socis de l'associació que elaboren la llet, ja sigui de ramar propi o comprant la llet a una altra explotació lletera. Dels socis, són Mas el Lladré i La Folcrà els que tenen un ramat de vaques de llet a partir del qual elaboren els seus productes. Per la seva banda, les formatgeries Herbacol i Roura-Soler, compren la llet de vaca a explotacions ramaderes veïnes. Finalment, cal mencionat que la llet d'ovella i cabra dels formatges de Roura-Soler no es produeix a la comarca. En aquest sentit, i amb el mateix raonament que amb els porcs i l'embotit, s'obren oportunitats productives per afavorir el tancament del cercle a la comarca

del Ripollès. Manca llet d'ovella i de cabra, fet que podria incentivar la implementació de ramats que en produïssin a la comarca.

Del treball de camp destaquen dues reflexions que són, en certa manera, contradictories. Per una banda, hi ha productors que argumenten que ja tenen gairebé tota la seva producció venuda i que no poden augmentar-la.

> "Amb el làctic artesà en vendríem tant com volguéssim. Ens han vingut a buscar des de Barcelona, però no ens convé, ja estem contents amb el que fem" (43P).

Per altra banda, també s'identifica una reducció en la compra local per part de consumidor final (sobretot als mercats locals), botigues i restaurants; fet que alerta alguns productors de les dificultats per guanyar-se la vida. Per tant, roman pendents una anàlisi més acurada, sobretot per estudiar la viabilitat de noves empreses agroalimentàries al territori.

Taula 53: forns que elaboren la Coca del Ripollès. Ripollès, 2014.

Establiment	Municipi	Producció
Pastisseria - Forn Ca la Carme	Campdevànol	Regular
Forn Robiró	Ribes de Freser	Regular
Pastisseria Sant Jaume	Ribes de Freser	Regular
Forn Bassaganya	Sant Joan de les Abadesses	Regular
Pastisseria Salvat	Sant Joan de les Abadesses	Esporàdica

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

Pel que fa a la Coca del Ripollès es ven als establiments que la produeixen i a les fires on aquests establiment hi participen. La capacitat de producció pot augmentar però no sembla que el producte hagi tingut una rellevància important. Un dels arguments dels forners és que cal una major implicació de tots els productors per poder vendre el conjunt de la marca:

> "Ara mateix no hi ha ningú que vengui el Producte del Ripollès. Necessitem un comercial. Nosaltres produïm, no podem anar a vendre fora" (70P).

5.6.3. Capacitat de compra local

Pel que fa als formatges i derivats làctics, la capacitat de compra local pot augmentar considerablement. Hi ha molts establiments, tant botigues com restaurants, que encara no utilitzen productes del Ripollès. Tot i que cal analitzar, quins dels productors hi poden donar resposta.

No hi ha una tradició, ni a les carnisseries ni als restaurants, de tenir formatge del Ripollès. Alguns botiguers argumenten que mai ha passat cap formatger a vendre els seus formatges, i els formatgers responen que la majoria de botigues i restaurants no tenen cultura del formatge local.

> "No hi ha tradició de formatge a la Vall de Ribes" (51H).
>
> "No m'ha passat cap formatger a vendre formatge del Ripollès, sinó el tindria". (49C).
>
> "A la carnisseria no es ven formatge i menys d'aquests sencers petits. La gent no hi està acostumada" (65C).

Una de les observacions d'alguns productors que venen en els mercats locals és que en els últims 2-4 anys ha baixat molt la venda. Una de les explicacions que donen és que la població del Ripollès està canviant els seus hàbits de compra i cada vegada s'hi acosta més al consum de supermercat que no pas al de botiga i mercat setmanal.

> "La venda als mercats locals s'ha reduït gairebé un 50%" (63C).

6. El consum local

Un dels objectius del present estudi és analitzar quin és el consum local dels productes de la comarca. Per fer-ho, s'han analitzat dos sectors claus: les carnisseries i els restaurants. Hi ha altres focus de consum de producte que són estratègics a la comarca, com les escoles, l'hospital, les residències, els serveis de Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, etc. Aquests no han estat estudiats en detall.

De les reflexions del treball de camp, és comú a la major part dels agents, la visió de què la major part de la població local del Ripollès desconeix els productes que s'hi produeixen, les seves característiques i el seu valor estratègic.

> "El problema és el consumidor que va al supermercat i compra, no mira d'on venen les coses. La gent del Ripollès no té consciència de què es fa al Ripollès" (15P).
>
> "El consumidor té una pèssima formació sobre el producte i les grans multinacionals han fidelitzat el paladar" (71CP).

6.1. Les carnisseries

6.1.1. Compra present

La taula següent mostra les 19 carnisseries que formen part del Gremi de Carnissers i Xarcuters Artesans de les Comarques Gironines.

Taula 54: socis del Gremi de Carnissers i Xarcuters de les Comarques Gironines. Ripollès, 2014.

Carnisseria	Municipi
Ca la Reme	Campdevànol
Carnisseria Colom	Camprodon
Carnisseria Pairó	Camprodon
Can Parruc	Molló
Embotits Casolans de Planoles	Planoles
Palau Carnissers	Ribes de Freser
Xarcuteria Alba	Ribes de Freser
Xarcuteria Can Rueda	Ribes de Freser
Carnisseria Ca la Magda	Ripoll
Carnisseria Can Fruitós	Ripoll

Carnisseria Carles i Mila	Ripoll
Carnisseria Constants	Ripoll
Polleria Cansaladeria Can Pineda	Ripoll
Queviures Rosa	Ripoll
Xarcuteria Mullol	Ripoll
Alimentació Casa Irene	Sant Joan de les Abadesses
Carnisseria Dial	Sant Joan de les Abadesses
Cecília Palol	Setcases
Carnisseria Xarcuteria Cal Blanch	Vilallonga de Ter

Font: Gremi de Carnissers i Xarcuters Artesans de les Comarques Gironines.

Per tal d'analitzar la compra present de les carnisseries de la comarca, s'han recollit les dades de les que tenen Producte del Ripollès. La taula següent ho resumeix.

Taula 55: carnisseries amb Producte del Ripollès. Ripollès, 2014.

Carnisseria	Municipi	Productes
Carnisseria-Xarcuteria Elisabeth i Janet	Campdevànol	Xai, cabrit i poltre
Carnisseria-Xarcuteria Maribel	Campdevànol	Poltre
Mas les Coromines	Campdevànol	Vedella i vedella blanc
Carnisseria Colom	Camprodon	Xai, cabrit
Carnisseria Pairó	Camprodon	Poltre
Carnisseria El Pont	Camprodon	Poltre
Carnisseria Tony i Engracia	Camprodon	Vedella i poltre
L'Agrobotiga de la carn	Llanars	Poltre
Can Parruc	Molló	Poltre
Carnisseria Maria Carmen	Ogassa	Xai i cabrit
Palau Carnissers	Ribes de Freser	Vedella i vedella blanca
Xarcuteria Alba	Ribes de Freser	Vedella, vedella blanca, xai, cabrit i poltre

Embotits i carns Ca l'Estrada	Ribes de Freser	Vedella, vedella blanca, xai, cabrit i poltre
Carnisseria Ca la Magda	Ripoll	Vedella, vedella blanca, xai, cabrit, poltre, llangonisseta i embotit
Carnisseria Can Fruitós	Ripoll	Xai i poltre
Carnisseria Carles i Mila	Ripoll	Xai, cabrit, llangonisseta i embotit
Carnisseria Constants	Ripoll	Poltre i llangonisseta
Polleria Cansaladeria Can Pineda	Ripoll	Poltre i llangonisseta
Xarcuteria Mullol	Ripoll	Làctics de Mas Lladré
Carnisseria el Gaucho Daniel	Ripoll	Làctics de Mas Lladré
Alimentació Casa Irene	Sant Joan de les Abadesses	Mas Lladré
Carnisseria Dial	Sant Joan de les Abadesses	Vedella
Carnisseria Clavé	Sant Joan de les Abadesses	Poltre
Carnisseria Marc Coma	Sant Joan de les Abadesses	Vedella, xai i cabrit
Carnisseria Maria	Sant Joan de les Abadesses	Poltre, xai i cabrit
Casa Batlle	Sant Pau de Segúries	Poltre, trumfa i làctics Roura-Soler
Cecília Palol	Setcases	Làctics Roura-Soler, làctics Herbacol i trumfa
Carnisseria Xarcuteria Cal Blanch	Vilallonga de Ter	Poltre

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

La taula anterior mostra con al Ripollès hi ha 29 carnisseries en les que es pot comprar producte de la marca de garantia Producte del Ripollès. És important tenir present que el que recull la taula anterior són les carnisseries que tenen producte de la marca de garantia. És a dir, hi ha carnisseries que tenen producte local però que no està dintre de la marca de garantia. Aquest fet dificulta la realització d'una anàlisi exhaustiva per tal de saber el producte local que es consumeix a les carnisseries. A més, s'ha de tenir en compte que totes les carnisseries treballen amb diferents proveïdors, i que no sempre tenen ni producte local ni Producte del Ripollès.

De les dades analitzades i les entrevistes, tant al personal tècnic com a productors i carnissers, una de les observacions més rellevants és que és molt difícil identificar una carnisseria que sigui 100% "fidel" a la marca de garantia Producte del Ripollès. Hi ha carnisseries que tenen més producte que altres i que estan més "avançades" en el camí cap a un suport íntegre al Producte del Ripollès, però tot i així és molt difícil garantir sempre l'origen dels productes. També hi ha carnisseries que si que són "fidels" a un productor, sobretot passa amb la vedella i el poltre, però tot i així també compren peces a un intermediari perquè els hi costa fer la gestió de tota una vedella.

Aquesta realitat mostra un escenari complex per tal de fomentar el consum local de producte de la comarca, ja que la traçabilitat des del ramader fins a la carnisseria no és senzilla de dibuixar.

S'ha de tenir en compte que hi ha carnisseries que compren producte local, però que no està dintre de la marca de garantia Producte del Ripollès. En aquest sentit cal una doble estratègia, incentivar els productors a que s'incorporin a les associacions de Producte del Ripollès, al mateix temps que motivar els carnissers a què el demanin, se'l creguin i el potenciïn. La següent reflexió mostra com, per exemple, de vegades es posa el cartell de què hi ha producte de la marca de garantia Producte del Ripollès i no sempre és així. El cartell continua allà creant confusió per al consumidor final.

> "Les carnisseries de vegades posen el cartell del producte local i després se'n desentenen" (36P).

Una altra de les observacions és que a algunes carnisseries de la Vall de Camprodon compren directament a productors de la Garrotxa. Són municipis que històricament han mirat cap a la comarca veïna i amb la qual tenen bones relacions comercials. La reflexió de bona part d'aquests carnissers és que ja els hi funciona el sistema que fan servir i que serà difícil introduir canvis. Per tant, s'ha de tenir en compte que aquestes carnisseries difícilment incorporaran producte de la marca de garantia Producte del Ripollès, malgrat si que tinguin un producte de qualitat i comprat directament als productors.

> "Ja tenim un funcionament, i volem continuar fent-ho així. No crec que ens interessi canviar" (44C).

> "A Vallfogona tenim molta relació amb la Garrotxa, bona part del meus proveïdors venen de fora del Ripollès" (61H).

Els carnissers que treballen convençuts del producte local argumenten que la qualitat és molt superior a la resta. Els criteris són sobretot de proximitat en el transport, qualitat de la carn de pastura i confiança amb el productor.

> "Els carnissers hem de poder explicar que la qualitat de la carn que s'ha criat a la comarca, s'ha matat a la comarca i es ven a la comarca, no té res a veure amb la carn que ve de vés a saber on. Hem de defensar el circuit camp-escorxador-carnisseria" (45C).

> "El porc engreixat i matat a la comarca no té color amb el que ve de fora. Pensa que de passar d'una càmera a una altra perd molt, i quan més quilòmetres faci més càmeres visita. Hauríem de treballar molt més amb porc de la comarca, però no n'hi ha" (49C).

De les dues reflexions anteriors s'observa aquest desig de potenciar el vincle entre el productor-escorxador-carnisseria. A més, la comarca del Ripollès presenta molt bones condicions en aquest sentit, ja que encara manté tres escorxadors artesanals. El punt feble és que, sobretot en el de Ripoll, cal treballar molt millor el tema de la traçabilitat del producte i comunicació entre els diferents actors de la cadena.

En relació al paper que juguen les carnisseries en el foment de la pagesia local cal tenir en compte que les visions sobre els diferents actors no sempre conflueixen. A les entrevistes s'ha pogut copsar com una part dels carnissers pensa i sent que els productors que estan tancant el cercle els hi estan fent la competència. Per altra banda, hi ha altres carnissers que entenen que fomentant el consum local, des de qualsevol perspectiva, tots els agents surten guanyant.

> "Nosaltres donem un servei a dos restaurants que es parteixen un vedell al mes. El desfem a la carnisseria i els hi servim com ells ens el demanen. Els restaurants compren directament al productor local i nosaltres els hi donem un servei" (50C).

6.1.2. Compra futura

La compra futura del producte local de les carnisseries del Ripollès està condicionada als hàbits de consum de la població local i dels turistes que poden comprar producte local.

En aquest sentit els hàbits de compra de la població catalana mostren dues tendències que avancen en direccions oposades: per una banda, una major compra a les grans superfícies prioritzant el preu davant la qualitat, per altra banda, una major consciència vers el producte local i la seva qualitat.

> "És molt maca la botiga petita, però la major part de la gent acaba comprant la carn al supermercat. En general, ha baixat el consum local de carn. Ho notem tots els carnissers" (45C).
>
> "La gent compra molt pollastre, van al més barato" (49C).

Una de les estratègies que es visualitza en les carnisseries locals és que cada vegada més tenen una tendència a oferir més aliments cuinats i preparats. També s'ha detectat en algunes carnisseries una millora important en augmentar el nombre i la qualitat de referències de productes complementaris a l'activitat de la carnisseria (pasta, llegum, galetes, beures, etc).

> "Augmenten les hamburgueses i els plats cuinats, es perd la cultura de les cassoles" (65C).

En aquest sentit, una de les apostes des de la marca de garantia de Producte del Ripollès hauria de ser incorporar cada vegada més referències dels productors de les associacions. Hi ha poc producte, però el poc que hi ha hauria de ser molt més visible als establiments que estan compromesos amb els productors locals i amb el Producte del Ripollès.

Pel que fa al consum ecològic de carn s'ha observat que el consumidor general del Ripollès ni la valora ni la demana. Només en comptades ocasions hi ha un reclam per la carn ecològica. Aquest fet provoca que a la comarca els carnissers no paguin més per una carn que ha estat certificada amb el CCPAE.

> "Aquí els carnissers no paguen més la carn ecològica, potser a Barcelona si... però aquí no" (33P).

Malgrat els esforços tant de productors i de ramaders per vetllar pel bestiar de la comarca, també entren animals de fora, sobretot ovins. Pel que fa als bovins i als equins la gran majoria dels animals són criats i engreixats a la comarca. En aquest sentit, també s'ha de tenir en compte que una bona part de la carn que entra a la comarca, ve de la mà d'intermediaris que

venen peces a les carnisseries i als restaurants. Aquest fet dificulta enormement la quantificació de l'origen de la carn que es consumeix a la comarca.

6.2. Els restaurants

6.2.1. Compra present

Per tal d'analitzar la compra present dels restaurants del Ripollès s'han recollit les dades dels restaurants que tenen algun producte de la marca de garantia Producte del Ripollès. La següent taula ho recull.

Taula 56: restaurants amb Producte del Ripollès. Ripollès, 2014.

Restaurant	Municipi	Producte del Ripollès
Cal Carter	Campdevànol	Mas Lladré
El Nou Martinet	Campdevànol	Mas Lladré
Molí Serradell	Campdevànol	làctics Roura-Soler
Restaurant el Forn	Camprodon	Mas la Folcrà
Restaurant el Pont 9	Camprodon	poltre, trumfa
Fonda Xesc	Gombrèn	Xai, cabrit
La Plaça	Les Llosses	Mas Lladré
El Cremat	Les Llosses	Mas Lladré
Restaurant Can Dachs	Les Llosses	Vedella
Hotel Calitxó	Molló	poltre, trumfa
Restaurant les Planes	Molló	poltre, trumfa
El Costabona	Molló	poltre, trumfa
Can Jordi	Molló	poltre, trumfa
Mas Mitjavila	Ogassa	làctics Roura-Soler
Bar Can Manel	Pardines	Herbacol
Hostal Can Serra	Pardines	Herbacol
Cal Sadurní	Planoles	Herbacol
La Perdiu Blanca	Ribes de Freser	Herbacol
Hotel Prats	Ribes de Freser	Herbacol
Resguard dels Vents	Ribes de Freser	Herbacol

Restaurant Ca l'Anna	Ribes de Freser	Herbacol
La Corba	Ribes de Freser	Mas Lladré, Herbacol
Can Sart	Ribes de Freser	Mas Lladré
Cat Can Guetes	Ripoll	Mas Lladré
Can Perla	Ripoll	Mas Lladré
Els Amigos	Ripoll	Mas Lladré
Les Graelles	Ripoll	Mas Lladré
La Trobada	Ripoll	Mas Lladré
Gustus	Ripoll	Mas Lladré
Brasseria el Molí	Ripoll	Mas Lladré
La Taverneta	Ripoll	Mas Lladré
Can Torres	Ripoll	Mas Lladré
Canaules Cafè Restaurant	Ripoll	Mas Lladré
Riembau SCCL (La Barricona)	Ripoll	làctics Lladré, làctics Roura-Soler, poltre
Restaurant La Solana del Ter	Ripoll	Xai, cabrit, Mas Lladré
Restaurant la Piazzetta - Hostal del Ripollès	Ripoll	Vedella blanca, vedella, xai ecològic, Mas Lladré
Restaurant Hostal de Rama	Ripoll	Xai
Mas Repunxó	Sant Joan de les Abadesses	Mas la Folcrà
Casa Rudes	Sant Joan de les Abadesses	Mas la Folcrà, Roura-Soler, Herbacol
Can Jepet	Setcases	poltre, trumfa
Can Tiranda	Setcases	poltre, trumfa
Restaurant Pirineu	Setcases	poltre, trumfa
La Coma	Setcases	làctics Roura-Soler
Cal Mestre	Toses	Herbacol
Can Casanova	Toses	Herbacol
Restaurant Can Rosa	Vilallonga de Ter	Mas la Folcrà
Fonda Rigà	Vilallonga de Ter	poltre, trumfa, Mas la Folcrà

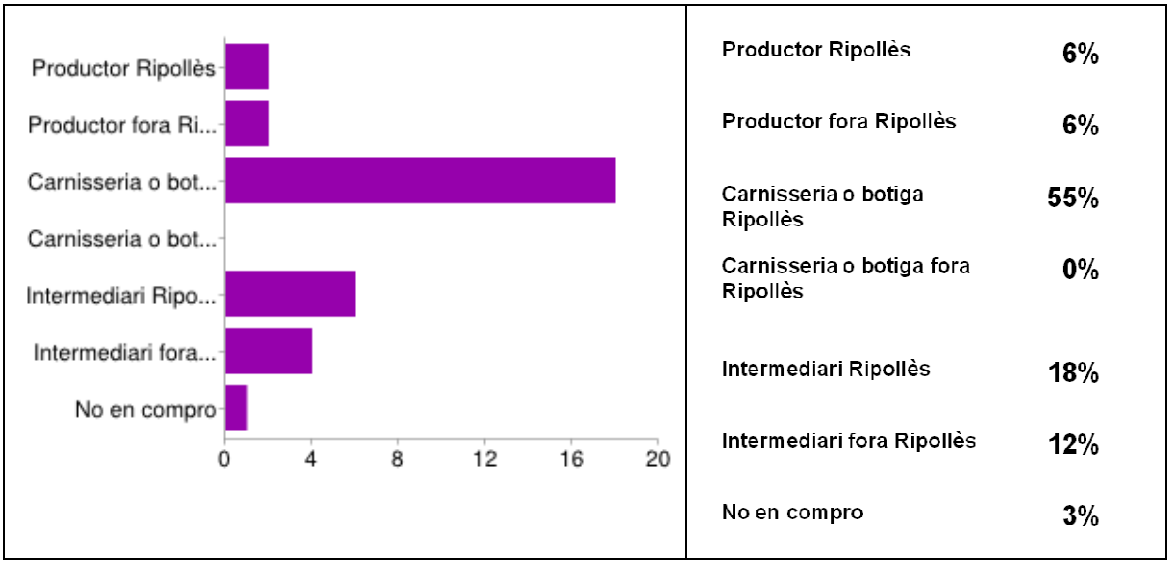
Font: elaboració pròpia a partir de Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

La taula anterior mostra els restaurants en els que es poden trobar, com a mínim, un producte de la marca de garantia Producte del Ripollès. Tot i que

una anàlisi acurada dels resultats posa de manifest que la major part de restaurants només tenen un producte, i que en la major part d'establiment és iogurt i/o mató. Aquestes dades s'analitzen amb més detall en l'apartat posterior.

També s'han analitzat les dades de les entrevistes en profunditat i del qüestionari que s'ha treballat amb 33 restaurants. Els gràfics següents mostren unes dades aproximades de l'origen de la vedella, del xai, del poltre i dels làctics. Cal remarcar que són dades orientatives i que la metodologia no permet l'obtenció de dades absolutes. El que mostren els gràfics és allà on els restaurants compren majorment. Aquest fet no vol dir que sigui així sempre. S'ha detectat a través de la feina que s'ha fet amb els productors, l'escorxador i els carnissers, que la major part de restaurants empren una "fórmula mixta" de compra. Aquest fet posa de manifest per una banda, que molts pocs restaurants tenen una estratègia forta de compra de producte local, i per l'altra, que és molt difícil saber la compra actual dels restaurants de la comarca.

Gràfic 13: compra de vedella dels restaurants. Ripollès, 2014.



Font: elaboració pròpia a partir de dades del treball de camp, 2014.

El gràfic anterior mostra com la majoria de restaurants (55%) compren la vedella a la carnisseria o a la botiga. En segon terme a un intermediari del Ripollès (18%), seguit d'un intermediari de fora de la comarca (12%). Només un 6% dels restaurants compren directament a un ramader de la comarca i un altre 6% a un ramader de fora de la comarca.

Entre altres motius, els més comuns per no comprar sempre producte local són el preu i la costum. Molts restauradors es queixen que la vedella de la comarca és més cara i que comprar-la a la carnisseria surt car.

> "No podem dir que la vedella és d'aquí, perquè no és d'aquí. La comprem a fora perquè ho varem mirar a la carnisseria i es disparava massa el preu" (55H).

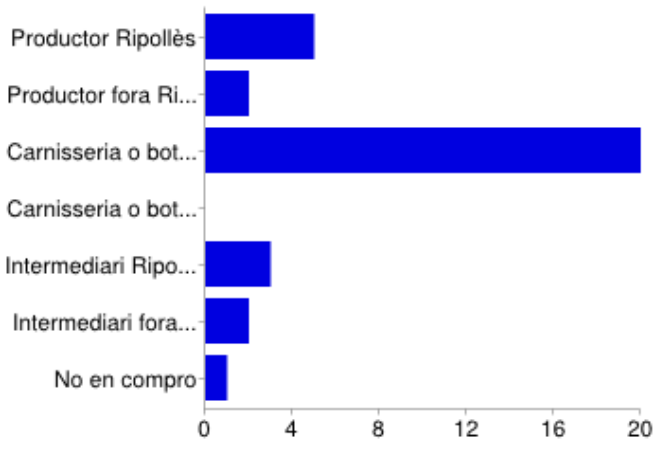
Quan es demana als restauradors perquè no compren carn de la comarca, també és freqüent que responguin que no saben on comprar-la o que ja els hi està bé el proveïdor que tenen de "tota la vida".

> "No ha vingut mai cap ramader a oferir-me la seva vedella" (19H).

També s'han detectat dos restaurants que estan organitzats per comprar regularment una vedella d'un productor de la comarca. Llavors tenen un conveni amb un carnisser que els hi especeja i prepara com el restaurant vol cada vegada.

> "Hi ha un restaurant que compra una vedella directament al ramader i ens la porta perquè nosaltres li especegem i preparem al seu gust, més local que això... què vols?" (63C).

Gràfic 14: compra de xai dels restaurants. Ripollès, 2014.



Productor Ripollès	15%
Productor fora Ripollès	6%
Carnisseria o botiga Ripollès	61%
Carnisseria o botiga fora Ripollès	0%
Intermediari Ripollès	9%
Intermediari fora Ripollès	6%
No en compro	3%

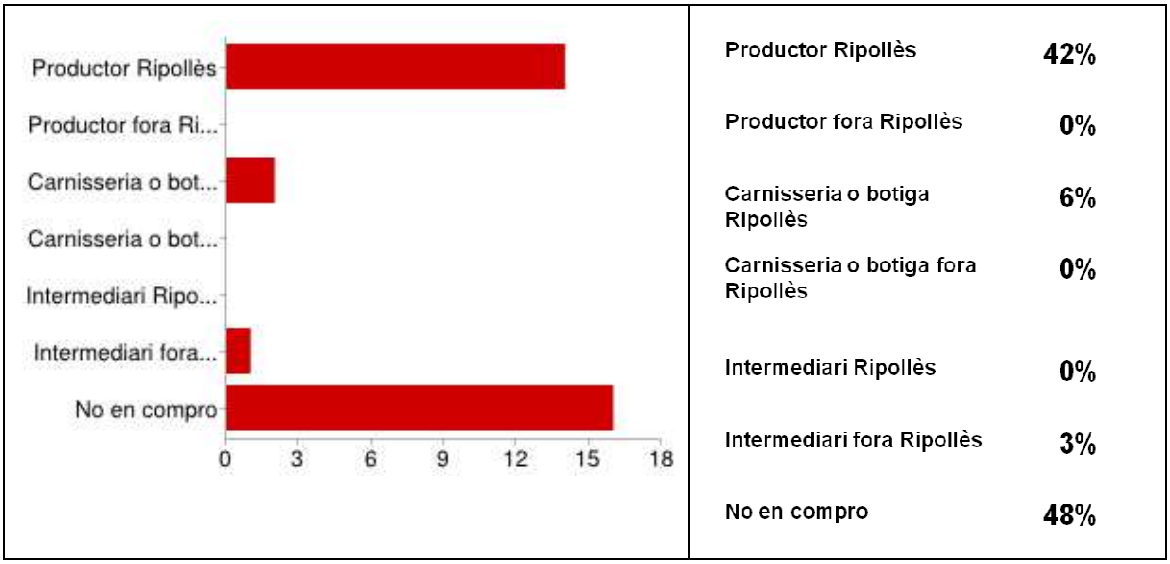
Font: elaboració pròpia a partir de dades del treball de camp, 2014.

El gràfic anterior mostra com la majoria de restaurants compren el xai a la carnisseria (61%). En segon lloc, i a diferència de la vedella, si que hi ha un percentatge una mica més significatiu que compra el xai directament al ramader (21%), sent un 15% del Ripollès i un 6% de fora de la comarca. Un percentatge més petit argumenta que compra el xai a un intermediari.

Un dels problemes amb la carn de xai és que les carnisseries no sempre tenen carn dels ramaders de la comarca, tot i que de vegades si que en tinguin. Llavors es crea un embolic perquè hi ha alguns restaurants que confien en les carnisseries per la compra de producte del Ripollès, però les carnisseries no sempre en tenen. S'han detectat diferents casos en els que la carnisseria compra el xai tant a un engreixador d'Osona com als ramaders de la comarca. Per tant, el restaurant no sempre està oferint carn del Ripollès.

> "Jo de vegades tinc xai de la comarca i de vegades no, i com que no sempre ho és, doncs no ho poso al taulell" (50C).
>
> "Vas a la carnisseria i no sempre te'n pots refiar, barregen el producte d'aquí amb el de fora" (56H).

Gràfic 15: compra de poltre dels restaurants. Ripollès, 2014.



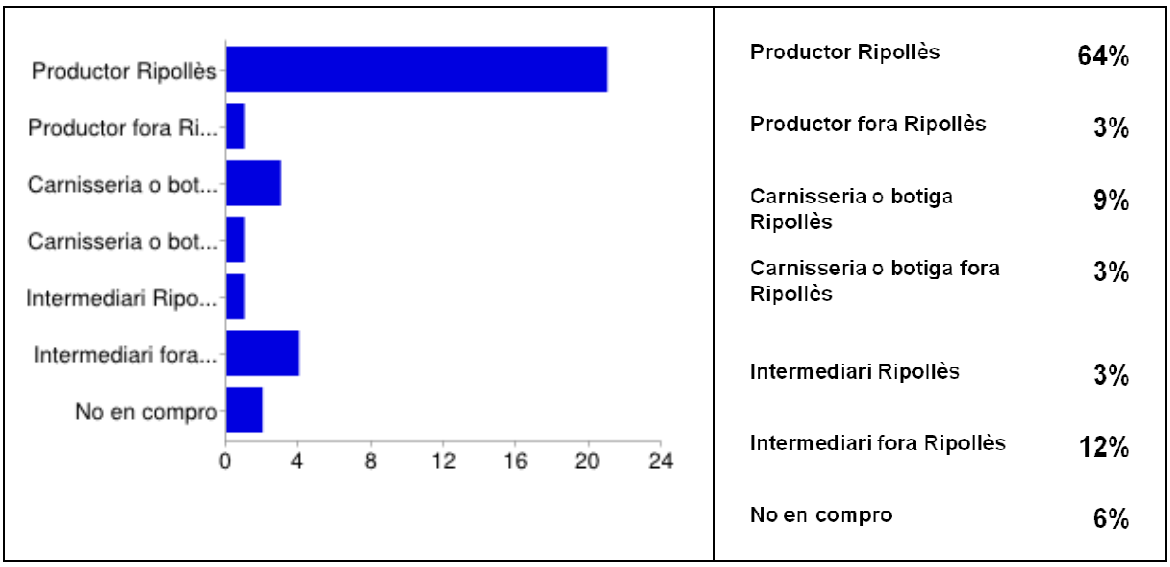
Font: elaboració pròpia a partir de dades del treball de camp, 2014.

El gràfic anterior mostra una imatge diferent a la de la vedella i la del xai. Pel que fa al poltre al Ripollès hi ha un productor que també és carnisser i que reparteix regularment el seu producte a les carnisseries i restaurants de la comarca. Aquest servei facilita que el producte es faci servir. Tal i com

mostra el gràfic, els restaurants, o bé no en compren (48%), o bé compren el poltre directament al productor (42%). Només un 6% el compra directament a botiga.

> "Estic molt content amb el productor de poltre, és bon productor i bon comercial, ens entenem molt bé" (56H).

Gràfic 16: compra d'elaborats làctics dels restaurants. Ripollès, 2014.

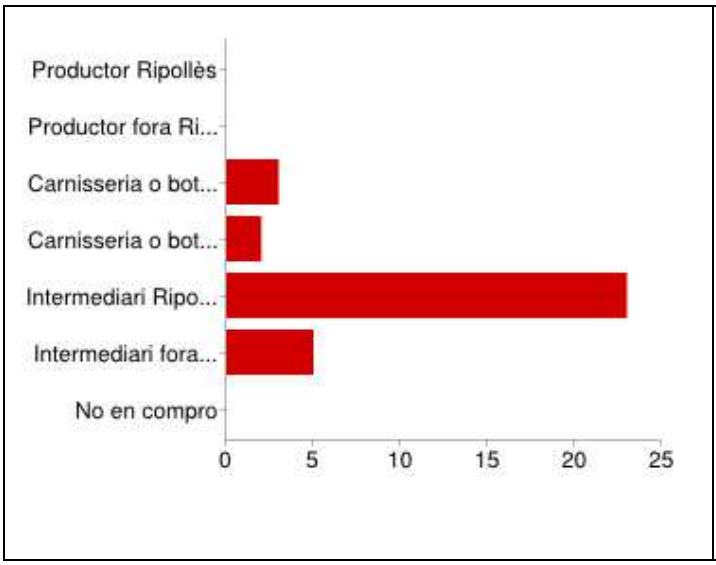


Font: elaboració pròpia a partir de dades del treball de camp, 2014.

El gràfic anterior també mostra la dinàmica de la major part dels restaurants de la comarca en relació als làctics i el formatge. Un percentatge força elevat (64%) compra el producte directament al productor. En la major part de casos és iogurt i mató. Molt pocs restaurants compren i ofereixen als seus plats formatge del Ripollès.

Els motius pels quals la major part de restaurants consumeixen iogurts o mató que compren directament del productor és perquè és un producte que pel que fa la relació de la qualitat amb el preu, acostuma a ser molt bona, ja que normalment se fan servir per a les postres. I també és molt important tenir en compte que els productors porten el producte directament al restaurant.

Gràfic 17: compra de fruita i verdura dels restaurants. Ripollès, 2014.



Productor Ripollès	0%
Productor fora Ripollès	0%
Carnisseria o botiga Ripollès	9%
Carnisseria o botiga fora Ripollès	6%
Intermediari Ripollès	70%
Intermediari fora Ripollès	15%
No en compro	0%

Font: elaboració pròpia a partir de dades del treball de camp, 2014.

Pel que fa a la fruita i la verdura el gràfic anterior mostra com la majoria de restaurants compren a un intermediari, ja sigui de la comarca (70%) o de fora (15%). Un percentatge molt petit compra a la botiga i no hi ha cap restaurador que compri directament a un productor d'horta. En aquest sentit, cal remarca que malgrat al Ripollès no hi ha cap explotació que es dediqui de manera professional a l'horta, si que n'hi ha a les comarques veïnes de la Garrotxa i d'Osona. El que es detecta és que no hi ha massa interès per part dels restauradors de comprar directament verdura de temporada a la pagesia. El que si que han argumentat alguns restaurants és que, sobretot a l'estiu, s'abasteixen de l'hort familiar, que en molts casos el porta una persona jubilada de la família.

> "El pare ens porta l'hort i quan arriba el bon temps tenim verdura fresca" (59H).

En relació a la compra local de producte de la comarca també s'ha de tenir present que hi ha alguns restaurants de la Vall de Camprodon i de Vallfogona del Ripollès que compren més a la Garrotxa que al Ripollès. També passa amb alguns de les Llosses que compren alguns productes al Berguedà.

> "Tenim molts proveïdors de Vic i Olot, i canviar-los serà difícil. Ja hi estem acostumats" (59H).

En general es detecta que la gran majoria de restaurants apliquen una estratègia enfocada en el preu del producte.

> "El restaurant vol preu baix. Això per nosaltres és un marge petit i un risc alt. A més molts dels distribuïdors que ens venen a nosaltres també van amb ells... llavors, quin sentit té que fem d'intermediari?" (65C).
>
> "El tema del producte local té molt a veure amb el preu a que ho haguem de pagar" (60H).
>
> "Els restaurants van a *lo barato*, i si van a preu no poden comprar a les carnisseries locals perquè nosaltres anem per qualitat (45C)".
>
> "La majoria de restaurants van a comprar a fora, al que trobin més barato" (71CP).
>
> "No m'interessa vendre a restaurants, compren poc i paguen quan volen" (50C).

Una de les problemàtiques més greus és que la majoria de restauradors no saben fer un bon escandall dels plats. Treballen de manera intuïtiva i compren prioritzant el preu, sense tenir clara quina és la repercussió final sobre cada plat o menú.

> "En relació amb l'hoteleria, la gent acaba comprant per preu. I en determinats productes s'equivoquen, perquè la repercussió per plat acaba sent reduïda. Penso que el 85% dels restauradors de la comarca no saben fer un bon escandall" (4H).
>
> "Nosaltres si que fem escandalls, jo vaig estudiar a Girona i en vaig aprendre. També sé que molts cuiners que no han passat per escola, doncs no ho fan" (59H).

Quan s'ha demanat als carnisser si pensen que els restaurants estan fent servir producte de la comarca, la gran majoria estan segurs que molt poc. Que les carnisseries no són el lloc on els restaurants van a comprar i que en molts casos només les fan servir quan tenen alguna urgència.

> "Jo crec que els restaurants no compren ni tant sols un 10% de producte de la Vall".(44C)
>
> "Hi ha restaurants que compren a les carnisseries locals quan tenen alguna urgència. Per exemple un dissabte que han fet curt i no poden contactar amb el proveïdor regular. Llavors és quan els hi *salvem el cul*" (44C).

Hi ha dos productes que els restaurants empren de manera quotidiana i que podrien comprar dels productors i elaboradors locals, però que malauradament no és així. Són els formatges i els embotits. De tots els restaurants entrevistats, n'hi ha molt pocs que acostumin a tenir de manera regular formatge i embotit dels productors de la comarca.

> "Els restaurants no estan acostumats a treballar amb embotit natural, no el saben cuidar" (63C).

6.2.2. Compra futura

Per tal d'augmentar la compra futura de producte local i de producte de la marca de garantia Producte del Ripollès, s'hauria d'incidir en els següents temes:

- Millorar la comercialització per part dels productors. Cada associació de productors és un món, però totes es podrien organitzar millor per poder fer arribar els seus productes als restaurants.
- Millorar la cultura comercial de les petites empreses de producció i elaboració. Des del Consorci Ripollès Desenvolupament s'ha fet molta feina de promoció del producte, però manquen eines de comercialització, tant a nivell individual com col·lectiu.
- Millorar els canals de comunicació entre els productors i els restauradors. Hi ha alguns restauradors que argumenten que gasten allò que els hi és més fàcil comprar. Que si els productors no tenen un actitud proactiva, és difícil que els hi puguin comprar.
- Millorar la gestió tècnica i econòmica dels restaurants. La gran majoria no saben fer els escandalls dels seus plats. Aquest fet implica que no tenen eines per poder escollir amb un criteri de preu i té com a resultat que acaben comprant el que és més barat, sense saber l'afectació final al preu.
- Afinar la relació entre el producte local i el preu car. No sempre el producte local és més car. I quan és més car s'ha de saber explicar perquè.

6.3. Els agents estratègics

6.3.1. Compra present

Un dels objectius inicials del present estudi era analitzar el paper dels agents estratègic en les relacions de compravenda de producte del Ripollès. Per fer-ho s'han fet algunes entrevistes en profunditat a alguns dels representants d'aquesta agents, com ara la Fundació MAP, l'Hospital de Comarcal del Ripollès o els equipaments gestionats per Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya. Tot i així, no s'ha arribat al nivell de detall de conèixer el potencial de compra d'aquests agents.

S'identifiquen com a agents estratègics en la relació a la compra de producte local els següents: 1) Centres educatius, 2) Hospital Comarcal del Ripollès i altres centres de salut, 3) Equipaments gestionats per Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya, 4) Equipaments gestionats per la Fundació MAP i 5) Aula d'Hostaleria del Ripollès.

Els centres educatius de la comarca del Ripollès tenen una capacitat de compra rellevant pel que fa al producte local. La majoria donen de menjar l'alumnat i el professorat al centre educatiu. Els menjadors escolars són espais de formació i intercanvi en els que l'alimentació juga un paper rellevant. De les entrevistes en profunditat es desprèn que són pocs els centres que estan treballant d'una manera clara i decidida el vincle entre el producte local i el menjador de l'escola.

Hi ha algunes carnisseries que venen algun producte a una escola propera, com són la carnisseria Pairo a l'escola de Camprodon, o la carnisseria Ca la Magda a l'escola Joan Maragall de Ripoll i a l'escola de Sant Joan de les Abadesses. Però són casos aïllats que no permeten parlar d'una acció rellevant que impliqui un canvi en la demanda de producte local.

En aquest sentit, cal tenir present que cada escola organitza el menjador d'una manera diferent. Les decisions no sempre es prenen des dels mateixos òrgans i en funció de l'escola, prenen més importància el paper de l'AMPA, de la direcció de l'escola o del Consell Comarcal. En aquest sentit, el Pla d'Acció proposa un projecte a escala comarcal per poder treballar aquest vincle estratègic de Alimentació-Educació-Salut des d'una perspectiva global.

El servei de menjadors de l'Hospital Comarcal del Ripollès està gestionat per una empresa privada. Segons el seu director els criteris amb els que se selecciona aquesta empresa són bàsicament econòmics i no té massa rellevància l'origen del producte. En conseqüència, és un equipament que podria ser estratègic per augmentar la capacitat de venda de producte local,

al mateix temps que podria ser un projecte pedagògic en el marc de l'hospital. Malauradament no és així, i les projeccions de què canvi són poques.

Els equipaments gestionats per Ferrocarrils de la Generalitat (Vall de Núria i Vall Ter), han passat per diferents moments en relació al producte local i la marca de garantia Producte del Ripollès. Des de l'entitat s'ha mostrat en més d'una ocasió la voluntat de treballar el producte local i de poder comprar i oferir producte local. Segons els agents amb qui s'ha parlat, hi ha hagut moments en que la relació comercial, sobretot amb el restaurant de la Vall de Núria, ha funcionat molt bé, però no sempre és així. Per exemple, per tal de vendre-hi, tres de les carnisseries de l'Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès van crear una empresa per poder vendre llangonisseta i entrecot. Durant el 2014 aquesta relació comercial es manté activa i al restaurant de la Vall de Núria es pot trobar carn del Ripollès identificada amb el logotip de la "R" a la carta.

La Fundació MAP és un altre agent estratègic per tal de fomentar el consum local de producte. Per una banda, perquè cada dia cuina i dóna de menjar a un nombre elevat de comensals, entre usuaris i professionals. Per una altra, perquè actualment gestiona el CAT de Can Guetes, un equipament turístic que té la funció de ser la porta d'entrada a la comarca i una carta de presentació per als visitants del Ripollès. De les entrevistes realitzades a diferents agents s'identifica una "fórmula mixta" de compra, en la que en funció de per a quina finalitat és l'aliment, es compra a un proveïdor o a un altre. En el cas del CAT de Can Guetes, hi ha alguns productes de la comarca com el iogurt de Mas el Lladré, però no hi ha una aposta per ser fidels al Producte del Ripollès.

L'Aula d'Hostaleria del Ripollès és un equipament estratègic per fomentar la capacitat de compravenda del producte local, en tant que és un equipament de formació per als futurs professionals del món de l'hostaleria. Actualment les compres també presenten una "fórmula mixta" de compra en la que es barreja el producte local amb altres proveïdors. Aquest fet dificulta que es pugui identificar l'Aula d'Hostaleria del Ripollès com un equipament exemplar pel que fa al treball amb el producte local. Diversos agents de la comarca, tant productors com restauradors, argumenten que la imatge i el funcionament de l'Aula d'Hostaleria millorarien molt si s'introduïssin canvis que fomentessin la relació amb els productors de la comarca.

6.3.2. Compra futura

Per tal d'augmentar la compra de producte local per part dels agents estratègics de la comarca del Ripollès cal incidir en alguns temes. S'enumeren els següents:

- Sensibilitzar els agents estratègics sobre la seva funció en relació a la compra de producte local.
- Dotar l'eines els productors per tal que es puguin organitzar per servir amb potencials clients estratègics.
- Treballar amb un projecte conjunt de foment del producte local que vinculi els termes de Alimentació-Educació-Salut.

6.4. Altres punts de venda

Més enllà de les carnisseries, restaurants, escoles i altres agents estratègics, a la comarca també hi ha altres punts de venda a tenir en compte. A més, cal pensar en clau supracomarcal i identificar quin és el mercat potencial que el producte del Ripollès té fora dels seus límits administratius.

Pel que fa al comerç local i les botigues, més enllà de les carnisseries, també hi ha altres establiments que tenen, o poden tenir, un paper rellevant en una estratègia comarcal de foment de la demanda de producte local. Per exemple, hi ha botigues que s'estan especialitzant amb producte de qualitat i en les que es poden trobar tant aliments de la comarca, com de fora de la comarca, però que el fet que els identifica és que tenen una qualitat superior a la mitja. Per exemple, la botiga Mitja Lliura de Ripoll, la botiga del restaurant Casa Rudes de Sant Joan de les Abadesses o la botiga de la carnisseria Casa Batlle de Sant Pau de Seguries. Aquestes botigues, i d'altres, són nodes d'una xarxa que no està formalment creada, però que es podria treballar per tal de fomentar un consum de qualitat de productes, tant de la comarca com de fora.

Un altre agent estratègic i que també formaria part d'aquest xarxa de punts de venda són les noves agrobotigues que els mateixos ramaders estan obrint a les seves explotacions ramaderes. Per exemple la de Mas el Lladré a les Llosses o la del Pinós a Vallfogona del Ripollès. Aquests establiments, de moment, són punts aïllats que no tenen la força que podrien tenir si estiguessin dintre d'un projecte conjunt.

Finalment, un altre espai de venda que cada vegada és majoritari, és la venda on-line. Internet s'ha convertit en els últims anys en un portal per vendre i comprar productes de tots tipus, entre els que també hi ha el sector de l'alimentació, i molt especialment la local i/o ecològica.

La venda on-line és una manera de què el producte de la comarca pugui ser consumit a altres zones, en les que no es produeixen productes típics de muntanya, com són la carn fresca, els embotits i els derivats làctics. Aquesta reflexió porta a valorar com es pot obrir mercat dels productes locals més enllà dels límits administratius de la comarca. La taula anterior mostra com alguns productes, els són de més fàcil gestió, es venen a través de plataformes que valoren la qualitat del producte produït al Ripollès.

Més enllà de què empreses de distribució i comercialització es puguin interessar pel producte local, cal treballar amb els productors de les associacions de Producte del Ripollès, i també amb els possibles nous socis, una estratègia de venda a través de canals diferents per arribar a clients diferents.

S'ha de tenir en compte que hi ha moltes zones de Catalunya en les que no es produeix carn de pastura com la que es cria al Ripollès. Al mateix temps, al Ripollès manquen molts productes que si que es fan a comarques veïnes o no tant llunyanes com per exemple l'horta, la fruita, el vi, l'oli, etc.

7. Dinamització local a través del Producte del Ripollès (2007-2014)

Des de l'any 2007 el Consorci Ripollès Desenvolupament porta a terme conjuntament amb les associacions de productors de la marca de garantia Producte del Ripollès un pla d'actuació per dinamitzar el sector agroalimentari de la comarca. S'han portat a terme tot tipus d'actuacions de promoció del producte local, així com nombroses formacions i jornades tècniques. L'objectiu final de les accions i del projecte sempre ha estat fomentar l'ocupació de tots els agents de la cadena de valor des de la pagesia fins al consumidor final. D'aquesta manera es dóna suport, sobretot, al sector agrari però també a tota la resta d'actors que conformen la cadena agroalimentària.

Per tal d'analitzar la repercussió de la feina feta i per avaluar-la i contrastar-la amb els agents implicats s'ha estudiat el impacte de dos dels projectes que es consideren més rellevants per fomentar el Producte del Ripollès: la Guia dels Productes Agroalimentaris del Ripollès i les Temporades Gastronòmiques.

7.1. La Guia dels Productes Agroalimentaris del Ripollès

La Guia dels Productes Agroalimentaris del Ripollès es va presentar la primavera de 2013 amb l'objectiu de donar a conèixer els productors i productores que formen part de la marca de garantia Producte del Ripollès. Es va fer una edició en paper en un format de fitxes amb anelles enquadernades en una carpeta molt ben presentada. Hi ha fitxes generals de les sis associacions de productors, així com una fitxa específica per a cada productor.

Quan es va preparar el projecte de dissenyar i editar el material de difusió, també es va pensar una estratègia per implicar els agents estratègics en el foment del Producte del Ripollès. Per fer-ho es va demanar als establiments que empressin algun dels productes de la marca de garantia que signessis un compromís de compra de, com a mínim, un producte de la marca de garantia. Des del Consorci Ripollès Desenvolupament es va fer una feina intensa i molt acurada de contactar amb gairebé tots els establiments que poguessin tenir producte per tal d'incloure'ls al projecte de dinamització.

Tota la informació que hi ha a la Guia dels Productes Agroalimentaris del Ripollès es pot trobar actualitzada a la web www.productesdelripolles.cat. És una pàgina web que es va presentar al públic la primavera de 2014 i que mostra d'una manera molt clara els productes, a on es poden comprar i a

on es poden consumir. A més, és una eina que permet actualitzar els continguts a mesura que els compromisos, tant dels productors com dels establiments, avancen.

Actualment hi ha 101 establiments que han signat el compromís de compra d'un mínim d'un producte i que tenen al seu establiment una de les carpetes de la Guia dels Productes Agroalimentaris del Ripollès. D'aquests, tots són de la comarca del Ripollès, menys una botiga de Montesquiu. La taula següent mostra la distribució dels punts de venda i degustació en els diferents municipis de la comarca.

Taula 57: punts de venda i degustació de Producte del Ripollès. Ripollès, 2014.

Municipis	Venda	Degustació
Campdevànol	4	4
Campelles	0	1
Camprodon	4	2
Gombrèn	0	3
Les Llosses	1	3
Llanars	1	4
Molló	2	4
Ogassa	1	2
Pardines	0	3
Planoles	0	3
Queralbs	0	0
Ribes de Freser	5	9
Ripoll	12	11
St. Joan de les Abadesses	8	3
St. Pau de Segúries	1	2
Setcases	1	4
Toses	0	0
Vallfogona del Ripollès	0	1
Vilallonga de Ter	1	1
Ripollès	**41**	**60**

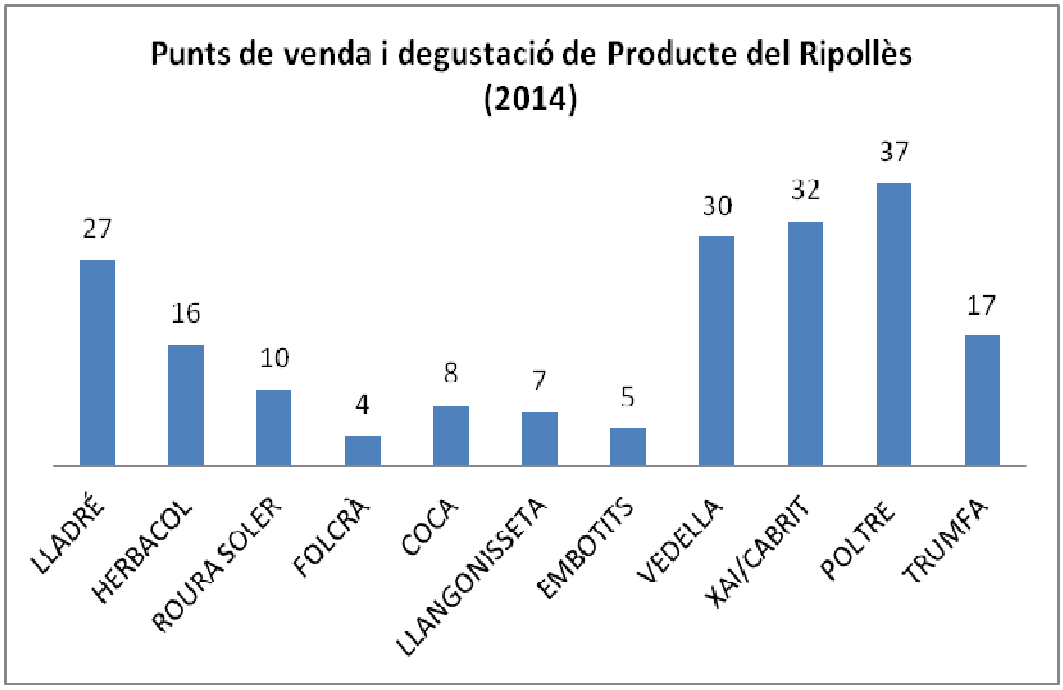
Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

La taula anterior mostra com Ripoll és el municipi en el que es concentren un major nombre d'establiments, tant pel que fa a la venda com a la degustació de producte. Per la seva banda, Ribes de Freser i Sant Joan de les Abadesses, també mostren una presència elevada d'establiments que han assumit el compromís de tenir com a mínim un producte de la marca de

garantia. La resta de municipis, gairebé tots, tenen algun establiment dintre de la marca de garantia, sobretot pel que fa als punts de degustació.

Tal i com s'ha detallat, aquest compromís és només d'un producte. El següent gràfic mostra el nombre d'establiments que empren cadascun dels productes de la marca de garantia Producte del Ripollès.

Gràfic 18: punts de venda i degustació de Producte del Ripollès. Ripollès, 2014.

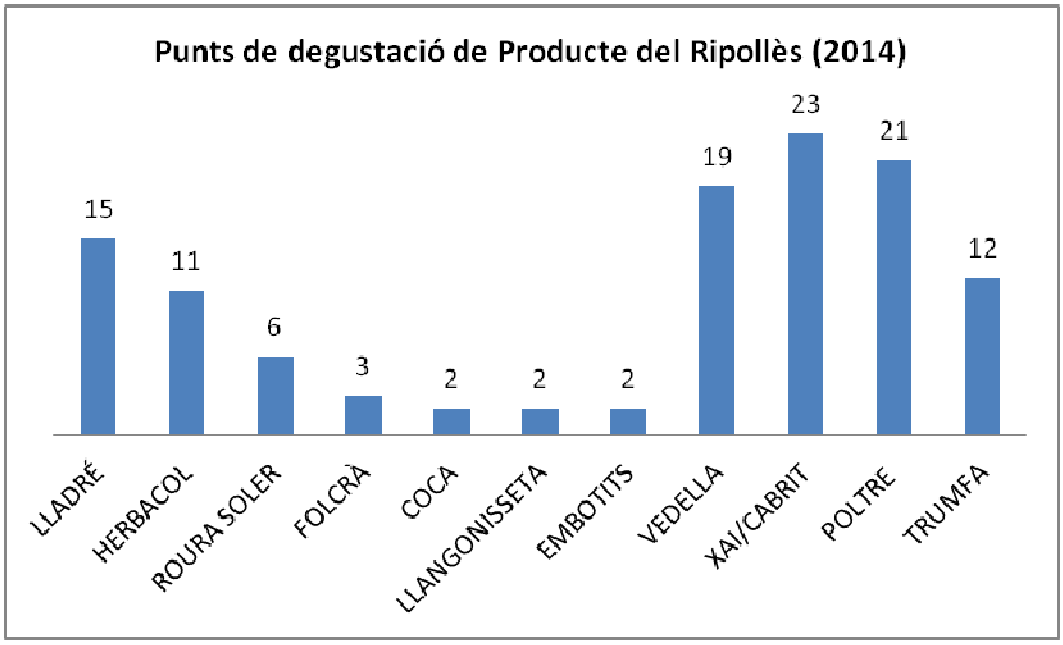


Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

El gràfic anterior mostra com una vegada s'analitzen els productes per separat s'observa com cada establiment prioritza un determinat tipus de producte. Si se sumen totes les formatgeries, són els productes làctics els que tenen una major incidència amb un total de 57 establiments on hi són presents. També s'observa que dintre dels productes làctics hi ha uns que tenen més incidència que altres. Són els productes de Mas el Lladré els que es troben a més establiments de la comarca, mentre que els de Roura-Soler només en són a quatre. Pel que fa a les carns, és el poltre el que marca una major incidència, tot i que la vedella, el xai i el cabrit també són presents a una trentena d'establiments. Per la seva banda, la trumfa de la Vall de Camprodon es troba a disset establiments de la comarca. Finalment, s'observa com són la coca, la llangonisseta i els embotits els que estan presents a un nombre més reduït de punts de venda i degustació.

El següent gràfic mostra només els punts de degustació, és a dir, els restaurants. La imatge és semblant a l'anterior en la que predominen els productes làctics, tot i que s'ha de tenir en compte que sobretot són iogurts. En aquest sentit s'ha detectat que hi ha restaurants que compren iogurt de la marca de garantia Producte del Ripollès, però que en canvi no fan servir formatges dels mateixos productors de les associacions. I pel que fa als altres productes, es visualitza com hi ha un grup de restaurants que posen a les seves cartes carn de la comarca, tot i que no sempre sigui així. En aquest sentit, cal matisar molt aquestes dades, ja que per una banda mostren els establiments que si que fan servir algun producte de la marca de garantia, però no es pot obviar que la major part dels establiments tenen més d'un proveïdor del mateix producte. És a dir, són molt poc fidels a mantenir un compromís de compra amb els productors locals.

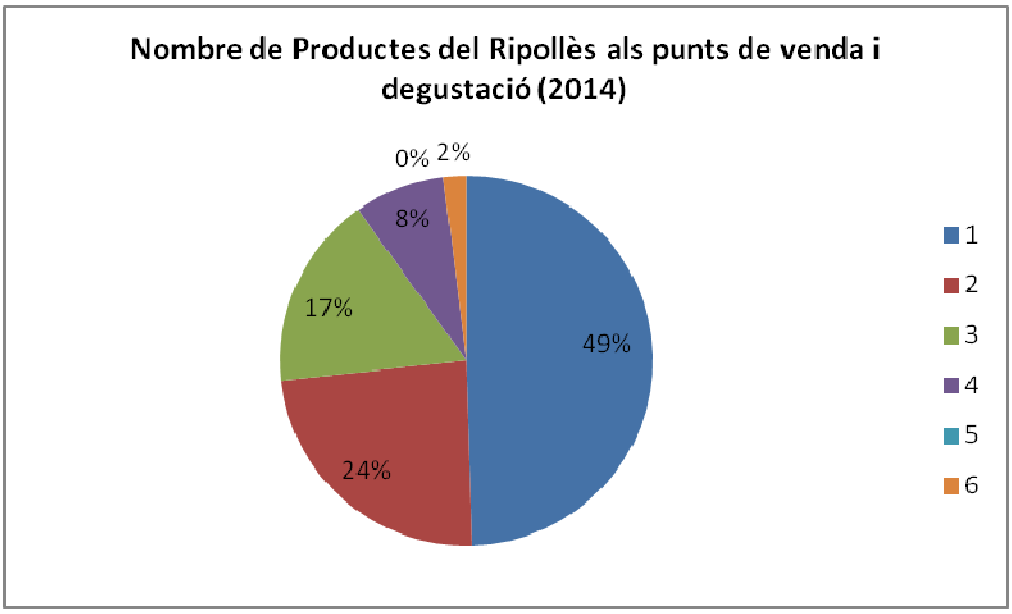
Gràfic 19: punts de degustació de Producte del Ripollès, 2014.



Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

El gràfic següent confirma la reflexió entorn a la incidència en la utilització del producte per part dels establiments que han signat el compromís de compra de com a mínim un producte de la marca de garantia Producte del Ripollès. Pel que fa als 101 establiments el 49%, només compren un dels productes, un 24% en compra dos, un 17% en compra tres, un 8% en compra quatre i un 2% en compra sis. Aquests nombres mostren un grau d'implicació més feble en relació a la marca de garantia.

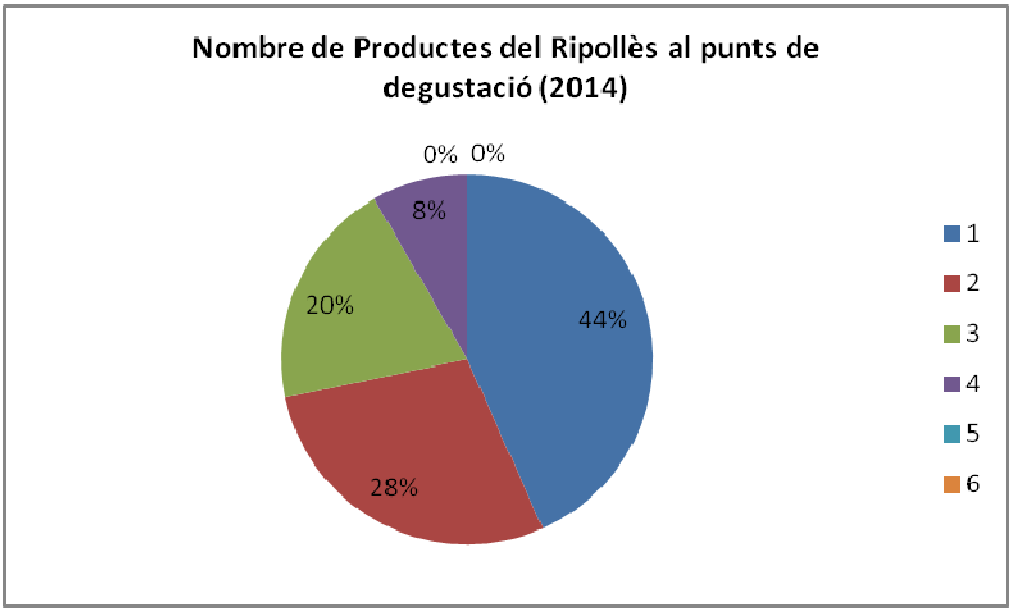
Gràfic 20: nombre de Productes del Ripollès als punts de venda i degustació. Ripollès, 2014.



Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

Si s'analitzen els restaurants per separat, la imatge és molt semblant a l'anterior. Un 44% dels punts de degustació només tenen un dels productes de la marca de garantia Producte del Ripollès, un 28% en tenen dos, un 20% en tenen tres i un 8% en tenen quatre.

Gràfic 21: nombre de Producte del Ripollès als punts de degustació. Ripollès, 2014.



Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament, 2014.

La percepció dels agents sobre la Guia dels Productes Agroalimentaris del Ripollès és ambigua. Per una banda, hi ha professionals que la tenen als seus establiments i que fomenten la seva consulta per parts dels clients. Per exemple, una carnisseria que la té en un lloc visible i explica que si es vol conèixer els productors de la comarca, es trobaran en la carpeta. Per altra banda, també hi ha establiments que no la fan servir i que fins i tot no la tenen de cara al públic. En aquest sentit es mostra una actitud passiva pel que fa al foment dels productes del territori.

7.2. Les Temporades Gastronòmiques

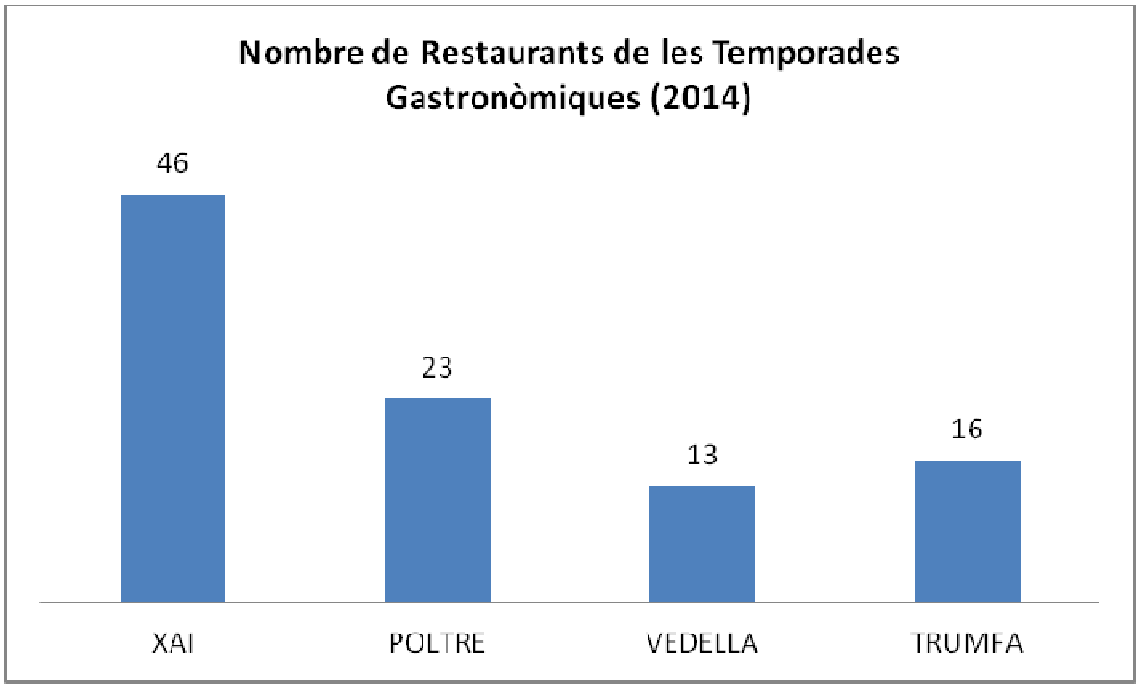
Les Temporades Gastronòmiques són les campanyes que organitzen conjuntament els productors amb els restauradors de la comarca del Ripollès. Fins l'any 2014, cada associació de cuina organitzava la seva, sense organitzar-les d'una manera conjunta a nivell de comarca. Ha estat l'any 2014 el primer any que s'ha fet un esforç per part de tots els agents per posar-se d'acord i organitzar-les conjuntament. La taula següent mostra els restaurants de cada municipi que s'han adherit a les Temporades Gastronòmiques de l'any 2014.

Taula 58: restaurants adherits a les Temporades Gastronòmiques. Ripollès, 2014.

	Xai	Poltre	Vedella	Trumfa
Campdevànol	2			
Campelles	2		1	
Camprodon	4	2		1
Gombrèn	1	1	1	
Les Llosses	2		1	
Llanars		1		1
Molló	1	4		4
Ogassa	1			
Pardines	1			
Planoles	1			
Ribes de Freser	6	5	3	2
Ripoll	13	4	6	3
Sant Joan de les Abadesses	3		1	
Sant Pau de Segúries	1	2		1
Setcases	5	3		3
Toses	1			
Vallfogona de Ripollès	1			
Vilallonga de Ter	1	1		1
Ripollès	**46**	**23**	**13**	**16**

Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament i la Mancomunitat de la Vall de Camprodon, 2014.

Gràfic 22: nombre de Restaurants de les Temporades Gastronòmiques, 2014.

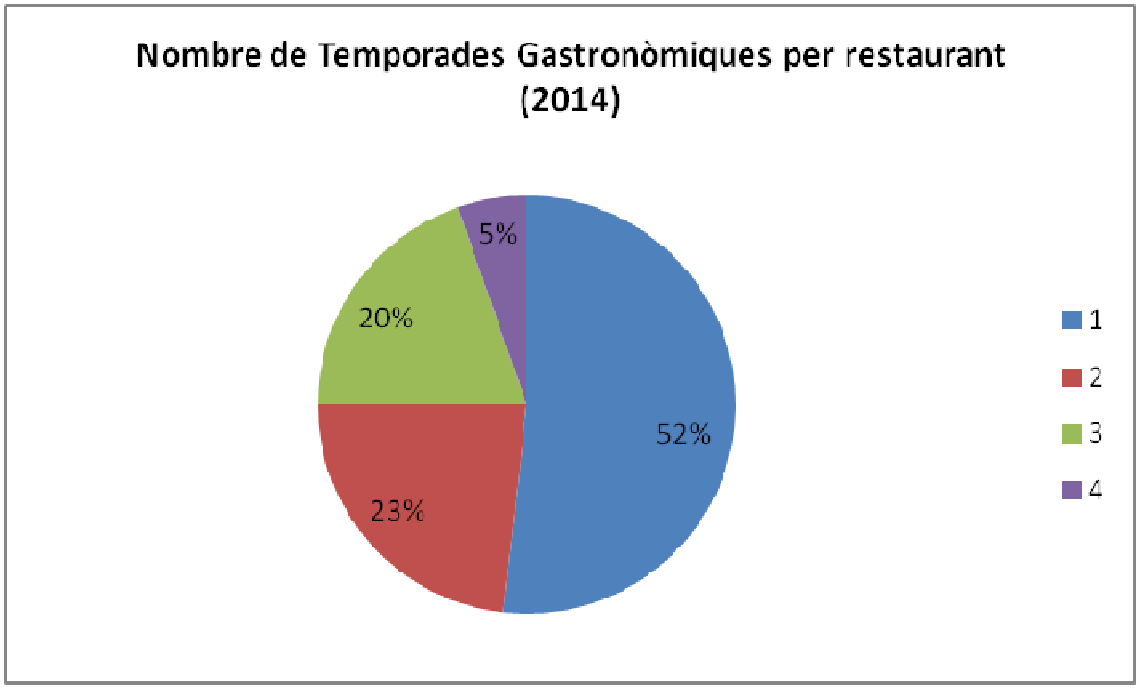


Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament i la Mancomunitat de la Vall de Camprodon, 2014.

La taula i el gràfic anterior mostren com en la Temporada del Xai hi va haver més participació de restaurants, tot i que s'ha de tenir en compte que a diferència de la resta de temporades, la campanya era oberta a tots els restaurants de la comarca. En canvi, les altres tres només eren per als restaurants associats en una de les tres entitats de la comarca (Associació d'Hostaleria del Ripollès, Cuines de la Vall de Camprodon i Fogons de la Vall de Ribes).

El gràfic següent mostra la incidència dels restaurants, és a dir, en quantes campanyes ha participat cada restaurant. La imatge és molt semblant a la que es dibuixa amb l'ús del Producte del Ripollès. Hi ha 56 restaurants que han participat en alguna de les Temporades Gastronòmiques, tot i que només un 5% ha participat en totes i un 52% només en una.

Gràfic 23: nombre de Temporades Gastronòmiques per restaurant, 2014.



Font: elaboració pròpia a partir de dades del Consorci Ripollès Desenvolupament i la Mancomunitat de la Vall de Camprodon, 2014.

Els agents de la comarca veuen amb diferents ulls el funcionament de les Temporades Gastronòmiques. Tot i així, hi ha una opinió general de que és una acció que a la comarca ha quedat obsoleta i que caldria renovar. Si més no amb l'enfocament que té actualment i la manera com es comunica, vesteix i es porta a terme.

> "La gent no ve al restaurant expressament perquè fem un menú per la Temporada Gastronòmica" (55H).

A més, entre altres coses, s'identifica que algunes Temporades Gastronòmiques no es fan quan el producte és més bo, sinó quan als productors els hi va millor treure el producte perquè en tenen més.

> "Algunes han funcionat i altres no. No es poden ficar amb calçador, les temporades gastronòmiques s'han de fer quan el producte està en el seu màxim moment de qualitat" (19H).

Una altra de les crítiques al funcionament de les Temporades Gastronòmiques de 2014 ha estat que algunes han estat massa llargues i

llavors es perd el sentit de poder explicar-li al client que és el moment òptim per degustar el producte.

> "Totes aquestes campanyes són falses, no pots estar tot l'any fent campanyes perquè llavors perd el sentit" (56H).
>
> "Les campanyes llargues es fan massa feixugues, per ser més llargues no vol dir que vagin millor" (18H).

Finalment, s'adjunta una reflexió sobre el compromís i la voluntat que cada restaurant mostra davant una acció com les Temporades Gastronòmiques. Segurament aquest és un dels elements més rellevants a treballar amb el sector de la restauració: portar a terme accions que els engresquin i tinguin un sentit, tant econòmic com social.

> "Les Temporades Gastronòmiques funcionen quan te les creus. Si ho expliques a la sala i li dónes importància llavors la gent es motiva i li dóna sentit" (59H).

7.3. Els 10 punts crítics de la marca de garantia Producte del Ripollès

S'han identificat 10 punts crítics[8] en referència a la posada en marxa i desenvolupament de la marca de garantia Producte del Ripollès. Són àrees de millora en les quals cal incidir. El "Pla d'actuació del sector agroalimentari del Ripollès" proposa programes i projectes per resoldre aquestes problemàtiques.

1) Les associacions de productors no tenen definida una **manera conjunta de produir**, aquest fet provoca que un mateix producte sota una mateixa marca conjunta, no sigui de la mateixa qualitat. S'ha de valorar si cal consensuar uns criteris de producció conjunta, sobretot pel xai que difereix molt d'uns ramaders a altres.
2) **L'anàlisi mostra un nombre reduït de productes inclosos en la marca de garantia**. Es detecta una necessitat de diversificar les orientacions productives de la comarca, al mateix temps que de cercar nous productes com per exemple una carn més feta (tipus la basca) o un xai lletó vinculat a les formatgeries (aquesta seria una orientació productiva nova).
3) Els escorxadors de la comarca són un element estructural de la cadena de valor del producte local. **En tots tres escorxadors s'han detectat**

[8] L'enumeració no fa referència a la seva importància. És un llistat sense prioritzar.

mancances que millorades facilitarien el treball dels productors i dels carnissers.

4) Es detecta una **manca de coneixement per part de la població ripollesa tant del producte local com de la marca de garantia Producte del Ripollès**. Quan els veïns i veïnes omplen el seu cabàs de la compra, en la major part de casos, no tenen consciència de l'origen del producte que compren. Aquest fet dificulta que augmenti la demanda de producte local i que es vegi estimulada la producció.

5) **Hi ha un grau de compromís molt baix al llarg de tota la cadena de valor**. Són pocs els agents que aposten per treballar d'una manera decidida el foment del producte local. Aquest fet provoca que algunes de les actuacions que es porten a terme des de les associacions o des de Ripollès Desenvolupament no acabin tenint els resultats esperats. Malauradament és un peix que es mossega la cua, perquè els pocs agents que s'impliquen es cansen i queden decebuts. Cal cercar maneres noves d'incentivar el treball en grup dels agents implicats en la cadena de valor del Producte del Ripollès.

6) **Hi ha una manca de presència de la marca de garantia Producte del Ripollès en esdeveniments que estan vinculats a temes agroalimentaris**, en els que no es fa esment a la marca. Alguns exemples són Ripollès Degusta, Un Tast de Parc o la gastronomia vinculada al projecte de Terra de Comptes i Abats, en els que participen productors i establiments de la marca de garantia i en els que no es promociona la imatge conjunta de la "R". La marca de garantia hauria de ser la insígnia per excel·lència de la comarca i el punt de referència en tot el que tingui a veure amb producció, promoció i comercialització del producte local vinculat a les associacions de productors.

7) **L'Aula d'Hostaleria del Ripollès no està cobrint les necessitats de formació ni de suport al sector professional de la restauració**. El sector reclama una implicació major des de l'Aula per tal de tenir més eines i recursos a l'abast per desenvolupar la seva activitat i per donar un valor afegit a la gastronomia del Ripollès.

8) La major part de carnisseries i restaurants tenen una **"fórmula mixta" de compra**, és a dir, que de vegades tenen producte de la "R" i de vegades no en tenen. Aquest fet dificulta el treball conjunt per una mateixa marca i sota una mateixa imatge. En conseqüència, hi ha una **dificultat per mostrar als clients de les carnisseries que el producte que hi ha al taulell o a la carta és de la marca de garantia Producte del Ripollès**.

9) La major part de les empreses del sector agroalimentari són petites o molt petites. **S'ha detectat al llarg de tota la cadena de valor una mancança general en temes de gestió empresarial i de comptabilitat**. Són pocs els agents que porten una mínima gestió de la seva empresa. Aquest fet dificulta la viabilitat de moltes de les activitats que sustenten el teixit agroalimentari de la comarca del Ripollès.

10) Un dels objectius de la marca de garantia Producte del Ripollès era que els socis augmentessin les seves vendes. La sensació de la major parts de les persones amb qui s'ha interlocutat és que **la creació de la marca no ha servit per incentivar la compra del producte local**. En aquest sentit, segurament cal passat d'una fase de promoció a una de comercialització.

7.4. Reflexions entorn la marca de garantia Producte del Ripollès

- Hi ha alguns establiments que són actius a les xarxes socials, com per exemple Ca la Magda, que ha creat un Facebook recentment per arribar a la població més jove, que en certa manera seran els futur compradors a mig termini. S'hauria d'integrar l'estratègia de comunicació amb tots els agents que formen part de la marca de garantia Producte del Ripollès?
- Hi ha alguns productes que estan dintre de la marca de garantia i no incorporen el logotip a la imatge del seu producte. S'ha de fer un protocol d'imatge per als productes de la marca de garantia en el qual es determini l'ús de logotip?
- Hi ha alguns ramaders que estan dintre de la marca de garantia Producte del Ripollès per uns productes i per altres no. S'hauria de motivar els productors que ja tenen un producte a la marca, que incloguin els altres que també produeixen a l'explotació agrària?
- Hi ha carnisseries que veuen els productors que venen directament com a competidors. Es podria involucrar les carnisseries que ja formen part de la marca de garantia Producte del Ripollès en l'especejament i preparació per la seva venda a altres canals i/o fora de la comarca?
- Hi ha poca cultura de treballar la temporalitat del producte. La major part de restaurants tenen la mateixa fruita i verdura durant tot l'any. Aquesta és una mostra de la poca cultura de la temporalitat del producte, que en el cas de la carn també existeix, malgrat no sigui tant evident. Es podrien fer accions de sensibilització des de l'Aula

d'Hostaleria tant pel gran públic en general com per als agents professionals?

- Hi ha productors que estan confiats amb la feina que es fa des de Ripollès Desenvolupament i que tenen ganes de continuar treballant pel foment de la marca de garantia Producte del Ripollès. Com es pot donar resposta a aquesta actitud positiva i que doni fruits?
- Hi ha productors que tenen molt clar que no volen formar part de cap associació, malgrat treballen bé el producte i el venguin als comerços locals. Se'ls ha de tenir en compte alhora de pensar en projectes futurs?
- Hi ha restauradors que no tenen cap interès en formar part d'una associació, o bé perquè no hi creuen, o bé perquè ja hi ha estat i no els aporta massa res. Se'ls ha de tenir en compte alhora de pensar en projectes futurs?
- Hi ha una part dels establiments de la zona més propera a la Garrotxa que tenen vincles comercials amb la comarca veïna. També passa amb les Llosses i el Berguedà. Es dóna alguns casos que compren directament a productors de les comarques veïnes. En el cas de crear una xarxa d'establiments que consumeixen producte local, se'ls podria incloure?
- Hi ha una dificultat per certificar els ramaders ecològics que actualment no segueixen els controls de la EIGC. L'escorxador podria certificar o validar directament els productes que formen part de la marca de garantia Producte del Ripollès?
- Hi ha una manca de confiança en el treball en grup. Es pot identificar algun projecte que motivi els agents que realment tinguin ganes de treballar de manera conjunta?
- Hi ha una part dels socis de les associacions que no veuen cap benefici en formar part de la marca de garantia Producte del Ripollès i estan decebuts. Es pot tornar a recuperar la confiança amb aquests actors?
- L'anàlisi mostra com les carnisseries són un element clar per treballar la retenció de valor al territori. Si les carnisseries aconsegueixen ser àgils amb la relació amb els productors i creure's el producte que fan, el consumidor final ho podrà valorar molt més. Es pot pensar en alguna acció innovadora liderada per les carnisseries, i no únicament les de la marca de garantia?
- La Guia dels Productes Agroalimentaris del Ripollès identifica els punts de venda i de degustació de la comarca, però manca crear un producte

turístic perquè sobretot les persones que vinguin de fora tinguin eines per adreçar-se als establiments associats. Es podria crear una xarxa d'establiments de la "R" i una ruta vinculada? Una aplicació per als dispositius mòbils?

- La marca de garantia Producte del Ripollès fins ara s'ha centrat molt en la part de promoció. Alguns agents identifiquen que manquen eines que realment fomentin la comercialització. Des de Ripollès Desenvolupament es podria donar suport a accions concretes de comercialització i màrqueting?
- S'ha detectat manca de coherència en alguns establiments que potencien alguns productes de la marca de garantia, però altres no. Per exemple, algunes carnisseries que tenen algun producte carni, però que no tenen cap de làctic. Es podria promoure la venda interna de Producte del Ripollès amb una estratègia conjunta de marca per vendre més a la comarca?
- Una bona part dels restauradors se senten poc cuidats per part dels productors, sobretot en el moment d'oferir producte i explicar-lo. Es podria millorar la relació entre els productors i els cuiners?

8. Integració territorial

La capacitat de compravenda del producte agroalimentari del Ripollès depèn de molts factors. En els apartats anteriors s'ha analitzat el sector productiu de la comarca, la marca de garantia Producte del Ripollès que promou alguns dels seus productes i alguns dels establiments estratègics que consumeixen aquests productes, com són les carnisseries i els restaurants. Aquesta anàlisi queda limitada si no es té en compte l'entorn econòmic, social, ambiental i cultural que envolta tota la cadena de valor del producte des de l'origen fins al seu consum final. En aquest apartat es tracten diferents temes que impliquen d'una manera directa el sector agroalimentari, des d'una perspectiva integral i amb una visió de desenvolupament local.

Abans de tractar cada tema per separat, es fa una reflexió entorn la identitat de la comarca del Ripollès. Bona part dels agents amb els quals s'ha interlocutat no creuen en la unitat territorial dels límits administratius. Són moltes les persones que se senten més identificades amb la Vall de Ribes o amb la Vall de Camprodon que no pas amb la comarca del Ripollès. Aquest fet és històric i crea algunes dificultats per tal d'avançar cap a un projecte conjunt de comarca.

> "El Ripollès no existeix" (59H).

S'identifica un territori tripartit i moltes vegades confrontat, ja sigui entre Valls, ja sigui entre les Valls i el Baix Ripollès, ja sigui entre els pobles i la capitalitat. Aquesta disputa és un element que juga en contra d'una estratègia territorial focalitzada amb la imatge del Ripollès com una única comarca. Segurament cal identificar quins són els punts d'unió que conformen el paisatge ripollès i quines són les senyals d'identitat irrenunciable de cadascun dels territoris. En relació a la marca de garantia Producte del Ripollès, s'ha detectat que en alguns casos els agents no s'hi identifiquen, perquè no se senten ripollesos.

8.1. La cooperació

Cooperar és un dels verbs estrella del desenvolupament local. Teixir aliances entre els actors, fomentar el treball en grup, consensuar un camí conjunt. La literatura és molt agraïda, però malauradament moltes vegades no reflexa el que esdevé en el món real.

En escoltar els agents de la comarca s'identifiquen dues visions que, en principi semblen contraposades, tot i que segurament mantenen algun grau de coherència. Per una banda, hi ha una opinió general de què al Ripollès no es pot col·laborar, que ja s'ha provat moltes vegades i no funciona.

> "Cadascú va per lo seu, no estem acostumats a fer pinya" (49C).
>
> "Som uns pirates, no tenim cultura de treball conjunt" (51H).

De fet, hi ha força agents que argumenten que no formen part de cap associació i que tampoc tenen previst fer-ho. Són persones que treballen des del projecte propi i que no tenen visió de conjunt. Moltes vegades posen en pràctica projectes coherents amb el desenvolupament local, però aquest fet no implica que siguin actius en col·laborar amb altres agents.

> "No sóc gaire de marques. Tot el que tinc és perquè m'ho he fet jo. No em cal una marca per diferenciar-me" (51H).
>
> "Jo vaig a la meva, no em crec les associacions" (54H).
>
> "Les associacions et marquen pautes i jo prefereixo anar a la meva" (11P).

Per una altra banda, es manté una esperança de què es pugui fer alguna cosa conjuntament per tal de sortir d'una època que la major part dels agents identifiquen de crisi.

> "Un sol avui dia és complicat, si és un grup vas molt millor. Però tothom té els seus interessos i costa molt trobar un punt en comú" (26P).
>
> "La marca Producte del Ripollès ens hauria de servir per anar tots a una i vendre més (15P)".
>
> "Si que crec en la marca, però penso que la gent que estigui a la marca se l'ha d'obligar a un mínim de moviment, interès i voluntat" (38P).

Un dels punts febles del sector productiu de la comarca és que les Cooperatives Agràries es troben en un moment fràgil. La majoria dels socis són majors de 55 anys i els projectes de dinamització de les entitats no

motiven els joves a incorporar-s'hi, ni com a socis, ni com a membres actius dels òrgans de govern.

> "La cooperativa de Vallfogona no té futur, el pinso és molt car i està totalment envellida" (39P).
>
> "De la cooperativa de Vallfogona només un 20% dels socis són actius, la resta estan jubilats i no tenen activitat" (40P).

Actualment els productors més actius i implicats en temes col·lectius són els que formen part de les associacions de Producte del Ripollès. Aquestes associacions actualment estan en un moment de replantejament de com treballar de manera conjunta i de quins són els seus objectius com a col·lectius. La majoria tenen la sensació de què amb els anys que porten treballant conjuntament no han assolit el que es van proposar temps enrere.

> "Tot això de la marca no ens ha servit de res... em sap greu" (68P).

Pel que fa al sector de la restauració, la situació és semblant. Les persones més implicades estan cansades i els col·lectius no tenen empenta suficient per generar projectes nous. En aquest sentit es valora essencial el impuls que des de Ripollès Desenvolupament es pugui donar el foment d'activitats innovadores que tornin a motivar el capital social de la comarca vinculat als temes agroalimentaris.

De les entrevistes amb els agents implicats s'ha copsat una necessitat d'intensificar més el treball entre les diferents associacions de productors de la marca de garantia Producte del Ripollès. Entre altres idees, s'ha reiterat la possibilitat de poder organitzar algun esdeveniment conjunt entre totes les associacions que formen part de la marca. La realitat és que cada associació és un món i es té present la feina que es fa des de les altres. Aquesta és una acció coherent que els mateixos actors reclamen.

Hi ha algunes accions recents que els actors identifiquen molt positives com una jornada de networking que es va organitzar l'any 2013 per tal que els productors es donessin a conèixer entre els possibles clients de la comarca i de fora. Els productors la valoren bé perquè, per una banda, varen crear un espai d'intercanvi entre els mateixos productors, i per l'altra, es varen donar a conèixer. Tot i que també s'ha de tenir en compte que la major part de restauradors i botiguers que hi van participar eren de fora de la comarca.

> "La jornada de networking que varem fer a Cal Mariner va funcionar molt bé, tot i que no hi havia restauradors del Ripollès" (58H).

Les mirades dels actors per treballar conjuntament es refereixen sobretot a col·laborar en la creació d'un projecte que els beneficií i els ajudi a tenir més clients. En el cas del producte local la gran majoria d'actors creuen que es poden millorar els vincles entre el sector productiu i el de la restauració, però es troben mancats d'eines i de recursos. En aquest sentit, és l'administració pública la que té la funció de tirar del carro i incentivar els privats a caminar vers un objectiu comú.

> "Estic d'acord a participar d'un projecte conjunt, sempre i quan es mantingui el preu del producte" (60H).

Tot i així, cal tenir present que hi ha dinàmiques que segurament són molt complexes de canviar. Per exemple, els carnissers es queixen de què hi ha restaurants que només compren a les botigues del poble quan es troben en una situació d'urgència. En aquest sentit cal cercar quines són les portes d'entrada per treballar amb cada agent.

> "Hi ha restaurants de la Vall que ens compren als carnissers quan acaben el genero... per exemple en un cap de setmana bo" (44C).

Pel que fa al tema de la col·laboració, a la comarca es detecta una mancança estructural que debilita la capacitat de compravenda del producte local. Hi ha productors petits que no tenen la capacitat de poder arribar a tots els establiments que voldrien. Són unitats productives petites que no poden portar a terme tots els passos de la cadena de valor del producte (produir-elaborar-comercialitzar). Aquesta dificultat es troba també en botigues i restaurants que voldrien tenir més producte local, però que no tenen temps, i moltes vegades tampoc la informació necessària, per a poder comprar el producte del territori.

> "Nosaltres som petits i no tenim estructura per servir restaurants" (15P).

> "Falta una persona que ens dinamitzi... ara tenim això, ara ens ha sortit bé el mató, ara tinc uns xais que estan molt bé..." (1H).

S'identifica una demanda per part de les diferents persones implicades en la cadena de valor del producte agroalimentari que els faciliti la feina. Els cuiners volen estar a la cuina i els ramaders al camp. Segurament hi ha una

necessitat d'una persona o entitat externa que faci de comercial amb els mateixos valors que els restauradors i pagesos implicats. Hauria de ser algú que conegui, o tingui interès en conèixer, molt bé les dinàmiques de tots dos grups per tal de poder gestionar els fluxos (informació, novetats, necessitats, oportunitats, tibantors, etc). Seria una mena de "coach agrogastronomic". Aquesta estructuració de la cadena des de la producció fins al consum final només es pot fer cooperant. Segurament cal una mediació perquè les parts puguin veure un benefici individual dintre del col·lectiu i així arribar a bon port.

> "Seria ideal poder crear una plataforma de comercialització, però no sé si serem capaços" (59H).
>
> "Tindria molt sentit plantejar una plataforma de comercialització conjunta, però al Ripollès ho veig impossible" (39P).
>
> "La propaganda i la comercialització s'han de fer a fora, aquí ja ho tenim tot fet" (33P).

Una altra de les línies a treballar és el foment de grups petits que puguin col·laborar. Dues, tres o quatre empreses que identifiquin una necessitat conjunta i plantegin una solució cooperativa. Per exemple, una empresa productora de llet amb una elaboradora de formatge.

> "Faria formatge però sol no... és massa lligat" (68P).

Una altra de les accions que s'ha proposat des dels agents és tenir un punt de venda comú de tots els productes de la marca de garantia Producte del Ripollès. Fins i tot algun agent ha proposat tenir una parada conjunta als mercats municipals del Ripollès i/o de fora de la comarca.

> "Penso que la marca Producte del Ripollès hauria de tenir una botiga on la gent hi anés a comprar i tingués la garantia segura de què aquell producte és dels productors" (58H).

El Pla d'Acció identifica la cooperació com una estratègia clau a promoure entre els agents del territori. La **línia estratègia 1 "Enfortir el teixit associatiu i cooperatiu"** és la que inclou algunes de les accions i projectes que han de donar sortida a les problemàtiques identificades.

8.2. La formació

La formació és imprescindible per avançar vers el desenvolupament local. La generació de coneixement, el intercanvi entre diversos agents, la motivació per aprendre coses noves, la capacitació per millorar la feina, etc. Tots aquests elements són estratègics per poder orientar un territori cap a estadis més madurs en termes de qualitat de vida.

En referència al sector agroalimentari de la comarca s'ha detectat una necessitat rellevant per tal de formar els futurs professionals, tant del camp com de les cuines. Són dos sectors que han evolucionat en els darrers anys i els quals necessiten innovar els seus plantejaments per tal de poder donar sortida a les persones que es volen inserir en el món professional.

Pel que fa al sector agrari, una part de les persones que s'incorporen a l'activitat passen primer pels Cicles Formatius que tenen relació amb els temes de producció agrícola i/o ramadera. La majoria dels joves del Ripollès que han estudiat ho han fet a Quintanes (Masies de Voltregà) o IES de la Garrotxa (Olot). Pel que fa als professionals de la cuina, o bé no es formen, o bé han estat alumnes de l'Escola d'Hostaleria de Girona o de l'Aula d'Hostaleria del Ripollès.

En referència al sector productiu, cal tenir en compte que els perfils dels joves que s'incorporen a l'activitat agrària està canviant en els darrers anys. Cada vegada hi ha més joves que no tenen un origen agrari, i que moltes vegades tenen estudis universitaris, que accedeixen a gestionar una empresa agrària. Molts d'aquests joves, més que estudis teòrics el que necessiten són capacitats pràctiques que els ajudin a situar-se en el món laboral amb més garanties d'èxit. Amb aquesta vocació va néixer l'any 2009 l'Escola de Pastors de Catalunya, per tal de donar l'oportunitat a joves sense orígens agraris a incorporar-se en el món ramader. Ripollès Desenvolupament és delegació de l'Escola de Pastors i ha acollit diversos alumnes en els darrers anys. Aquests han estat 4 mesos fent pràctiques en una explotació ramadera de la comarca per tal d'agafar experiència.

Per tal de donar un pas més en el foment del relleu generacional de l'activitat agrària es proposa indagar amb una idea que neix de l'Escola de Pastor i que es visualitza adaptable al Ripollès, sobre una nova figura anomenada "Espais Test Agrari". A França fa temps que funciona i són espais de transit entre la formació i la empresa de la persona que es vol inserir a l'activitat agrària. Agafant la idea dels vivers d'empreses, es preveu que els futurs ramaders puguin disposar d'un espai i d'un ramat per tal de poder començar a produir i comercialitzar els seus productes. És un projecte que amb producció hortícola és molt més senzill, però que amb

ramaderia o amb conreus fruites és molt més complex. El Pla d'Acció recull un projecte per poder portar a terme aquesta acció.

Pel que fa a la formació dels professionals del sector gastronòmic, s'ha detectat una necessitat de reformular l'Aula d'Hostaleria i empoderar-la perquè esdevingui un referent en "Cuina de muntanya". Actualment la formació que s'imparteix està molt limitada a les directrius d'ensenyament i no existeix cap proposta que dirigeixi l'alumnat cap a un tipus específic de cuina. L'anàlisi del territori i les necessitats dels seus agents, porten a pensar que la cuina de muntanya és un identificatiu molt adient per situar l'Aula d'Hostaleria del Ripollès com un espai de formació de qualitat. Aquesta vindria donada tant per la proposta de valor d'una formació vinculada al territori, com pel caràcter innovador de la proposta de centre. L'espai hauria de convertir-se en un punt estratègic on tots els agents de la cadena de valor del producte local s'hi sentissin com a casa.

Finalment, s'identifica una necessita intrínseca a les noves tendències del mercat, de què els alumnes de les escoles agràries treballin conjuntament amb els alumnes de les escoles d'hostaleria. Amb una previsió de què tant la pagesia com els cuiners del futur tendiran cada vegada més a valorar el producte local i/o ecològic, es valora com una opció estratègica un projecte en el que integrar en algun moment del curs escolar els alumnes d'agrari amb els de restauració.

El Pla d'Acció identifica els elements que s'han enumerat i els recull en la **línia estratègia 2 "Potenciar la professionalització, innovació, formació i sensibilització"** és la que inclou algunes de les accions i projectes que han de donar sortida a les problemàtiques identificades.

8.3. L'emprenedoria

L'emprenedoria s'ha convertit en els últims anys en la paraula màgica que ha de resoldre les problemàtiques relacionades amb l'ocupació i la generació de noves oportunitats laborals. Tot i així, malgrat és una paraula que en determinats ambients és molt emprada i pot arribar a avorrir, en un entorn com el del Ripollès és necessari poder-la omplir de contingut.

L'estructura productiva de la comarca, així com la de la majoria dels actors de tota la cadena de valor del producte agroalimentari, se sustenta en unitats familiars que treballen per compte propi. Són unitats empresarials molt petites i que estan mancades, en la major part dels casos, d'una actitud emprenedora i proactiva. Un dels objectius del Pla d'Acció és motivar i incentivar el treball des de les petites unitats econòmiques per

desenvolupar eines noves que millorin el seu compte d'explotació. Des de Ripollès Desenvolupament ja es treballa aquest vector a partir de programes de suport a l'emprenedoria com el "Catalunya Empren" o des del Programa Leader de suport a les empreses al món rural. Tot i així, en el marc del Pla d'Acció, no es pot perdre de vista l'objectiu d'enfortir el caràcter emprenedor de la comarca.

Segons un estudi publicat l'any 2014 per INTERECO sobre el impacte dels productes ecològics en la societat, la producció ecològica es veu com una sortida professional per a col·lectius en risc d'exclusió social i per a nous sector emergents d'emprenedoria. Aquesta dada mostra una tendència nova que fomenta la demanada de producte local i ecològic. El Ripollès és una font d'aliments que compleixen aquests requisits i té les eines per poder desenvolupar-se i que els seus productes arribin allà on hi ha el mercat. La demanda dels productes de qualitat és a les ciutats, i és allà a on cal incidir per poder vendre el que es produeix a la comarca.

Per fomentar el caràcter emprenedor a la comarca una de les necessitats detectades és que les petites unitats productives tenen una mancança molt gran de gestió econòmica. La major part de productors no saben quan costa produir un quilo de carn. Passa el mateix amb el sector de la restauració que no té clars els escandalls dels seus plats. Aquest és un factor estratègic quan es parla de desenvolupament local i d'emprenedoria. No és possible millorar el compte d'explotació d'una petita unitat familiar quan no es coneix com funciona aquell compte de resultats. Des de Ripollès Desenvolupament cal fer un esforç per millorar les eines de suport a la petita empresa.

> "Als restaurants ens falta gestió, no sabem fer números" (19H).
>
> "No sé si estic gastant més del que tinc o vaig bé, si que m'aniria bé un curs de gestió empresarial" (60H).
>
> "Tenim el problema que no sabem fer números" (39P).

Un dels elements que frena o manté latent el caràcter emprenedor de la comarca del Ripollès, i molt especialment el sector productiu, és que és un territori molt subvencionat. L'any 2013 el Departament d'Agricultura, a través de diferents programes de suport al sector, va invertir 6.083.599€ que es van repartir entre 372 explotacions agràries de la comarca. Aquest fet, malauradament, manté una activitat que moltes vegades persisteix a cop de talonari. Aquesta dinàmica és "antiemprenedora".

> "Ojala no hi hagués cap ajuda" (27P).

> "Els ajuts han fet més mal que bé" (64CT).

No es pot fomentar la creativitat, ni la innovació des d'un suport passiu basat únicament i exclusiva en el ingrés de diners al compte corrent. Les polítiques públiques de suport al sector agrari encara mantenen un caràcter estàtic en el que els ajuts es donen sota uns criteris que moltes vegades han estat determinats des dels despatxos de les grans ciutats. Es dicten des de dalt i arriben als tècnics comarcals que les han d'executar, moltes vegades mancades de contingut i sense la visió estratègica per la qual varen ser creades.

Dels ajuts que es perceben al Ripollès els que si que fomenten una cultura emprenedora i de suport a les noves generacions de persones que visquin i treballin al món rural, són els ajuts del Programa Leader. L'any 2013 es van tramitar 44 expedients amb unes inversions d'uns tres milions d'euros, dels quals una tercera part són subvencionats. I pel que fa al sector agroalimentari, des de l'any 2009 fins al 2013, s'ha donat suport a 13 projectes vinculats sobretot a l'elaboració i comercialització de producte local. Aquests projectes, a banda de rebre un ajut econòmic, formen part d'un programa de suport a l'empresa rural en el que reben un assessorament molt personalitzat per tal de conèixer i poder interpretar la seva activitat econòmica. Un dels elements que millor es valoren del programa Leader és aquest contacte tant directe i personal amb el personal tècnic de suport.

L'emprenedoria en el sector agroalimentari no es limita únicament al sector productiu, sinó que implica molts altres agents, tant del món rural com de l'urbà, que mantinguin i potencien els vincles necessaris per desenvolupar activitat econòmica en el territori. Per tant, quan es pensa en clau de desenvolupament rural no es poden obviar els sectors que no són estrictament productius ja que també són necessaris per treballar. Per exemple, el desenvolupament de les TIC a la comarca és un element estratègic tant per poder treballar al sector agrari com perquè més persones s'animin a viure en una comarca rural.

> "Les noves tecnologies han de ser una porta d'entrada per la gent jove a la comarca, tant si volen fer de pagès com de qualssevol altra cosa" (71CP).

Un altre dels sectors que necessita una empenta forta per reanimar-se és el comercial. Els pobles del Ripollès es troben actualment en un moment crític en què no troben clients, ni en la població local ni en la turística. La població

local està canviant els seus hàbits de compra i cada vegada sovinteja més les grans superfícies, model antagònic al desenvolupament endogen. I el sector turístic es troba que els dies que surt a passejar els carrers dels pobles, les botigues i molts restaurants són amb les persianes baixades. Aquest fet és un indicador de poca visió estratègica i d'una necessitat imperiosa de definir un camí en el qual els objectius siguin assolibles i es puguin visualitzar les necessitats de cada agent i els recursos dels quals disposa. Un dels exemples d'aquesta dinàmica és Ripoll. Hi ha carrers que un diumenge estan totalment tancats. Aquesta dinàmica genera que la tendència general sigui de desànim i que cada vegada, si no es canvia el rumb, tanquin més establiments.

> "És preocupant que estiguin tancant restaurants a Ripoll... alguna cosa haurem de fer" (18H).

Alguns dels projectes que han de articular solucions a les necessitats detectades en l'àmbit de l'emprenedoria es recullen en la **línia estratègia 2 "Potenciar la professionalització, innovació, formació i sensibilització"** del Pla d'Acció.

8.4. La sensibilització

En una societat capitalista el consum és, segurament, una de les eines més poderoses que existeix per canviar dinàmiques en relació a temes econòmics, ambientals i socials. Cada euro que una persona trasllada de la seva butxaca a la d'un altre, és un flux energètic que canvia la realitat. En certa manera, és un llenguatge de suport, conscient o no, a un model productiu i a una manera de viure i entendre el món.

El treball de camp mostra com a la comarca del Ripollès el consum del producte local és baix. Aquest és el resultat de diferents dinàmiques, entre les quals s'identifica una manca de sensibilització vers el producte local per part del consum quotidià de la comarca. I encara més greu és que també s'identifica una manca de consciència entre els mateixos productors i agents implicats.

> "SERHS és el cavall de batalla barato... on tothom hi acaba comprant" (12P).

> "Penso que els mateixos ramaders no estan orgullosos de la seva marca, llavors es fa difícil que ho puguin transmetre a la gent" (64CT).

Sense ser derrotistes, s'ha de tenir en compte que la societat és cada vegada més urbana i menys agrària. Els límits entre el que és rural i el que és urbà són difosos, i les dinàmiques consumistes de les persones del món rural s'assemblen cada vegada més a les del urbà. Aquest fet implica que el coneixement que la població té de les dinàmiques agràries, del món rural o del producte local, sigui molt limitat. En aquest sentit, s'identifica una necessitat alta per continuar desenvolupament accions de sensibilització per a la població en general i també per als mateixos agents implicats.

Algunes de les mancances que s'identifiquen tenen a veure amb el poc coneixement de la vida agrària i del que significa ser pagès. Són poques les persones que coneixen els cicles productius dels aliments i les dinàmiques agràries d'un territori. Aquest desconeixement pot provocar, en alguns casos, desprestigi o desvaloració de les persones que produeixen i dels seus productes.

> "De vegades penso que sobrem els pagesos" (33P).

Per altra banda, i en referència a la marca de garantia Producte del Ripollès, la major part dels agents creuen que no es coneix entre la població. I que malgrat s'han fet campanyes de divulgació i de foment del producte, encara hi ha una bona part de la població local que no coneix la marca de garantia ni tampoc la implicació de les persones productores que en formen part.

> "La marca no ha funcionat, no es coneix" (71CP).

Aquest desconeixement també té unes altres implicacions com per exemple la poca consciència que té la població en general sobre el producte de temporada, ja sigui agrícola o ramader. Des dels restaurants es podria fer pedagogia rd'aquest fet, però la realitat exemplifica que hi ha molts cuiners que tampoc coneixen el producte de temporada. Per tant, acaba sent una mancança estructural que s'ha d'abordar des de diferents prismes.

> "Tot l'any hi ha d'haver el mateix a la carta? Jo crec que no!" (4H).

El Pla d'Acció identifica els elements que s'han enumerat i els recull en la **línia estratègia 2 "Potenciar la professionalització, innovació, formació i sensibilització"** és la que inclou algunes de les accions i projectes que han de donar sortida a les problemàtiques identificades.

8.5. La comunicació

Comunicar és un art. Si no es comunica de la manera adequada, el missatge o bé no arriba o arriba distorsionat. Seguint el fil d'aquesta reflexió, la comunicació es considera un element cabdal per tal de fomentar el teixit empresarial i desenvolupar noves oportunitats laborals en el territori.

En relació al sector agroalimentari de la comarca del Ripollès, es poden diferenciar dos vectors diferents en relació a la comunicació. Per una banda, la comunicació interna entre els agents que formen part de la cadena de valor del producte local. L'anàlisi del sector posa de manifest que hi ha una manca de comunicació entre els diferents esgraons de la cadena i de vegades, fins i tot, entre els mateixos companys de les associacions.

Des de Ripollès Desenvolupament, amb coordinació amb les altres entitats que treballen pel sector agroalimentari de la comarca, cal fer un esforç per facilitar la comunicació entre els agents de la cadena de valor. Una millora en aquest sentit pot afavorir que les actuacions que ja es fan es facin millor, al mateix temps que pot donar peu a la generació d'activitats o projectes nous.

Per una altra banda, la comunicació externa. Aquesta és la que es fa des de les associacions o des del sector per tal de comunicar a la ciutadania. Aquesta vessant moltes vegades s'entrelliga amb accions de sensibilització o de difusió. En tot cas, cal tenir present que la feina de comunicar és essencial per tal que el missatge estigui ben definit i arribi a bon port.

Pel que fa a la marca de garantia Producte del Ripollès, s'ha de valorar la feina que es fa des de Ripollès Desenvolupament per mantenir actualitzada la pàgina web www.productedelripolles.cat, així com les diverses xarxes social. Tot i que aquesta tasca es desenvolupa de manera adequada, s'identifica una necessitat per millorar la comunicació per als diferents segments de mercat i en funció del missatge que es vulgui donar.

Les accions que donen suport a la comunicació es recullen el la **línia estratègia 3 "Comunicar, difondre i promocionar els productes agroalimentaris del Ripollès**.

8.6. El turisme

La comarca del Ripollès depèn fortament de l'activitat turística. Tradicionalment havia estat una comarca agrària i industrial, però en els últims anys el turisme ha guanyat protagonisme en unes dinàmiques socioeconòmiques noves.

Bona part del turisme que aterra al Ripollès ho fa pel seu paisatge i pel seu entorn natural. És una comarca en la que es troben diferents ambients gairebé des de la plana fins a l'alta muntanya. El seu caràcter eminentment rural és un atractiu per a moltes persones que cerquen un espai de calma i tranquil·litat a la natura, o bé, una comarca en la que practicar diferents esports com els vinculats a la neu, a les curses de muntanya o a la bicicleta.

En aquest escenari el sector primari és estratègic. Sense pagesia no hi ha ramats, i sense ramats el paisatge que cerca el turista, desapareix. Aquesta és una reflexió que surt en gairebé qualsevol conversa sobre el futur de la comarca. Els agents del territori estan preocupats pel seu entorn, però es troben mancats d'eines per fer-hi front. Es copsa la reducció dràstica dels actius agraris i de l'estructura que manté i dóna sentit al paisatge del Ripollès, al mateix temps que la gran majoria d'agents perceben la problemàtica del relleu generacional. Sense una nova generació de pagesia, no hi haurà ni paisatge ni producte local. Per tant, les bases sobre les que se sustenta el sector turístic de la comarca s'afebleixen.

Un altre dels temes crítics entorn el turisme és què menja quan és al Ripollès. La major part de persones que es mouen per temes d'oci cerquen espais gastronòmics que els ofereixin el que és típic del territori i el que identifica aquell espai, ja sigui per l'origen del producte com per la forma de cuinar-lo o presentar-lo. I és aquí quan apareix un dels punts més conflictius que s'ha detectat en l'estudi i és que és molt difícil conèixer l'origen dels productes que es cuinen en la major part dels restaurants de la comarca. Les realitats són molts diverses i no es pot generalitzar. Però el que si que es copsa és una opinió general de què el sector de la restauració no empra el producte del territori. Per tal de resoldre aquesta incògnita, s'ha fet un treball de camp exhaustiu en el qual es demana als restaurants que expliquin quin és l'origen dels seus productes. El resultat és que malgrat hi ha restaurants que si que compren producte local, no sempre ho és. Aquest fet crea un embolic de dimensions extraordinàries, ja que és molt complex poder-lo ordenar. A més, malauradament, cal confiar amb la paraula dels professionals dels fogons que s'ha confirmat, a partir de la triangulació de dades, que no sempre és cert el que expliquen a les entrevistes.

La recomanació és que el vincle entre la pagesia i la cuina, i per extensió al sector turístic, s'ha de continuar treballant i s'han de cercar elements innovadors que permetin que aquells agents que volen diferenciar-se de la resta i treballar d'una manera més acurada el producte del territori, tinguin l'oportunitat.

Un altre element de reflexió és que en general els agents estan d'acord a què cal millorar i potenciar el vincle entre la pagesia i els restaurants. Aquest fet és positiu i hi ha algunes experiències que mostren que hi ha punts d'encontre i que es poden desenvolupar activitats que fomentin un major amarament entre el camp i la taula. En aquest sentit és rellevant el paper que desenvolupen els restaurants que també tenen activitat agrària. En general són establiments més conscienciats de la necessitat de comprar producte del territori, són els que ho expressen d'una manera més clara a les seves cartes i són els que, en certa manera, poden tirar més del carro que els altres.

Pel que fa al sector productiu també és molt interessant tenir en compte les explotacions agràries que obren les portes de casa o bé que directament hi fan un obrador o una botiga. Per exemple, Mas el Lladré ha obert una agrobotiga nova la tardor de 2014. Aquesta podria esdevenir un punt de la xarxa de punts de venda i promoció del Producte del Ripollès, en la que tots els agents estiguin d'acord a compartir un mateix llenguatge i una mateixa imatge. Aquest exemple concret porta a reflexionar entorn la possibilitat que la marca Producte del Ripollès esdevingui un referent per als operadors turístics. Es podrien identificar els diferents actors i agents implicats (productors, agrobotigues, restaurants, etc) per tal de crear una ruta o xarxa turística identificada per la "R". Tot i que cal anar molt en compte, perquè tal i com s'ha identificat en l'anàlisi, és molt difícil controlar i fer el seguiment dels compromisos dels establiments adherits a una campanya conjunta d'identificació.

Pel que fa a les activitats turístiques que s'organitzen al territori, s'ha de tenir en compte que ja hi ha pagesos que tenen agroturisme i que ofereixen algunes activitats com per exemple anar a pasturar.

> "Quan ve la gent a la casa rural me'ls emporto amb les ovelles i estan encantats" (27P)

Aquesta mateixa activitat es podria organitzar d'una manera conjunta i crear un producte turístic vinculat a la pastura. Es proposa el nom de *pasturisme*, per a una activitat que doni a conèixer el món de la pagesia,

dels ramats, de les pastures, dels productes que s'originen, de la cultura, etc.

Realment existeix una tendència nova de revalorització del producte local i de la seva pagesia. Però per poder vendre aquest valor cal crear un producte i cal que les persones que s'hi impliquin se'l creguin i se'l facin seu.

> "Al turista li agrada la historieta que hi ha darrere de cada producte i de cada ramader. Això s'ha d'explicar i cal fer-ho bé! (50C).

El pla d'acció encamina aquesta línea estratègica. Des de l'àmbit agroalimentari es reforça el vincle entre els productors i els restauradors, i s'identifica la cuina de muntanya com l'element a treballar per situar el Ripollès en una comarca gastronòmicament atractiva.

> "El turisme hauria de ser un molt bon complement per als pagesos" (68P)

Cal fer un esforç des del territori per vincular d'una manera molt clara, tant directament com indirecta, la producció agrària al paisatge. Si el turisme ha de ser un dels motors estratègics de la comarca, cal que els prats estiguin ben cuidats, l'entorn endreçat, els ramats visibles, etc.

S'identifiquen el petit comerç i els restaurants com els establiments estratègics per donar a conèixer els productes del Ripollès i el seu vincle amb l'entorn, és allà on es connecta la població local i els turistes amb la qualitat del producte. Alguns dels ramaders, i també cuiners, han identificat la necessitat de treballar productes nous que estiguin vinculats al territori i que aporten innovació a escala local.

> "Podríem fer carn d'animals més gran, com la carn basca...mares sanes que no funcionen. A més la carn acostuma a ser més gustosa i amb més greix. O també el xai lletó dels formatgers. Amb una programació de parts que pugui oferir xais durant tot l'any" (4H).

> "Penso que els ramaders i els restaurants podríem treballar productes nous com la carn més feta" (23P).

El Pla d'acció recull accions tant a la línia **1 "Enfortir el teixit associatiu i cooperatiu" com a la línia 2 "Potenciar la professionalització, innovació, formació i sensibilització"**.

8.7. Els espais naturals

Els espais naturals del Ripollès són una de les joies més visibles i preuades de la comarca. Tal i com s'ha exposat a la part de turisme, el paisatge és un dels valors intangibles més apreciats per la ciutadania. Espais de vida, de repòs, de connexió, de llibertat... de moltes emocions vitals que fan feliç la gent. Aquests espais naturals fa temps que viuen en comunió amb les persones que els habiten i transiten. Aquella idea de què els espais naturals són reserves intocables, queda per a altres temps. Els espais naturals del segle XXI són espais vius que gràcies a la seva activitat dinamitzen el seu entorn socioeconòmic.

Els espais naturals poder ser de titularitat pública o privada. Al Ripollès els públics són gestionats pel Consorci d'Espais d'Interès Natural del Ripollès (CEINR), entitat que conjuntament amb els ens municipals, comarcals i de la Generalitat, se'n cuiden de la gestió. Pel que fa als privats, aquests actuen a títol individual i bé a través de les associacions de propietaris.

Al Ripollès està en marxa l'aprovació del futur Parc de les Capçaleres del Ter i del Freser, que inclourà els municipis de Setcases, Ribes de Freser, Queralbs, Pardines, Planoles, Molló, Vilallonga de Ter i Toses. Aquesta és una demanda del territori expressada des de fa temps i que sembla que es materialitzarà en breu.

En relació al desenvolupament local i la creació d'ocupació, la instauració d'una figura nova de gestió d'una part dels espais naturals del Ripollès, és un element dinamitzador que juga a favor. L'espai, com a tal, hi és i sempre hi serà. La gràcia que s'incorporin elements de gestió és que del que ja hi ha se'n poden derivar noves oportunitats.

El treball de diagnosi d'aquest estudi ha mostrat la necessitat imperant de donar suport a una nova generació de pagesos i pageses que visquin del sector agrari. La inserció de persones noves a l'activitat agrària passa per adaptar una activitat tradicional als reptes actuals. En aquest sentit, la figura del Parc Natural hauria de ser una plataforma de suport, sempre en consens amb les altres entitats locals, a la pagesia del futur de la comarca del Ripollès.

Bona part del terreny que s'inclourà en el futur Parc Natural, així com la seva àrea d'influència, són hectàrees gestionades pels ramaders de la comarca. Els prats, les pastures i els boscos, són terrenys en els quals es porta a terme una activitat econòmica, social, ambiental i cultural. Cal idear accions que permetin als ramaders continuar fent la seva tasca i que fomenti la incorporació de persones noves amb inquietuds diverses.

Els espais naturals són un ancoratge estratègic per treballar amb el turisme de natura i actiu. Aquestes dues activitats són generadores d'oportunitats noves tant per ocupar nous perfils professionals, com per incentivar la creació de noves empreses. Caminar per la muntanya, pasturar de la mà d'un ramader, aprendre a fer formatge, conèixer la flora i la fauna de l'alta muntanya, etc. Tot un seguit d'activitats que amb una bona gestió sumen pel desenvolupament comarcal.

Molts dels agents entrevistats tenen clar que cal que la ramaderia persisteixi per tal de mantenir els espais naturals ben cuidats. La major part de les persones amb qui s'ha parlat mostren un grau de preocupació alt, en relació a la deixadesa de molts dels boscos del Ripollès.

> "Aquest bosc és pólvora, està tot molt brut i no en som conscients" (33P).

Un altre dels temes que argumenten els ramaders, és que els prats i les pastures no es mantenen únicament amb els ramats de vaques, que són els més extensos avui dia a la comarca. Reiteren que caldria una aposta per diversificar la producció, tant pel producte com per les funcions ambientals que tenen en relació al territori. En aquest sentit, és compartida la visió de què calen més ramats d'oví i de cabrum, per tal de poder gestionar el territori adequadament.

> "Les vaques no mantenen el territori de la mateixa manera que les ovelles i les cabres" (36P).

El Pla d'Acció recull alguns projectes que donen suport a les necessitats detectades en aquest apartat a la **línia estratègia 2 "Potenciar la professionalització, innovació, formació i sensibilització".**

8.8. La salut

"Salut i feina". Aquests acostumen a ser els desitjos de molts de nosaltres quan sonen les campanades de cap d'any. Volem sentir-nos bé i mantenir, o millorar la salut, i també volem treballar per poder així acomplir les nostres necessitats bàsiques en una societat de benestar i consum.

La salut és un concepte que, malgrat tothom l'identifica, per a cada persona segurament vol dir una cosa diferent. En tot cas, quan la paraula salut apareix en escena també ho fan, entre altres coses, els aliments saludables. Menjar bé és una gran fita i, per sort, cada vegada més és una tendència reclamada per una major part de la societat. Però, que vol dir menjar bé?

Aquesta és una qüestió complexa que no és objecte d'aquest estudi, tot i que si que és necessari mantenir la idea de què els aliments que es produeixen en un territori com el Ripollès han de seguir la línia de l'alimentació saludable. I a partir d'aquí, cada agent que defineixi la seva idea de salut.

Des d'un punt de vista tècnic hi ha dos indicadors que s'acosten a definir la idea de salut en relació a la producció d'aliments: sense agrotòxics i de proximitat. Els sistemes industrials, desenvolupats sobretot a partir dels anys seixanta del segle passat, han introduït als models de producció agrària tota una maquinària pesada d'inputs que, en principi, han d'incrementar la producció i la qualitat de vida de les persones que hi treballen. El temps ha posat en entredit aquesta estratègia i actualment cada vegada més persones s'allunyen del model industrial per tal d'acostar-se'n a un més coherent i acord amb els cicles de la natura. La industrialització del camp va portar a perdre el sentit del lloc i a la deslocalització del menjar. La qualitat nutritiva i organolèptica dels aliments passa a un segon terme per prioritzar el preu i la imatge. Per sort, una part de la societat comença a demanar aliments més saludables que tinguin en compte la salut de les persones i de l'entorn. Aquesta és la nova tendència alimentària dels productes de proximitat i ecològics.

Els aliments de proximitat, km0 o locals, col·laboren amb la salut de l'entorn socioeconòmic en el qual es produeixen i consumeixen. El foment del producte local forma part d'una estratègia de reforçament de les xarxes locals tant pel que fa a la part econòmica com a la social i cultural. Quan una persona gasta un euro en un producte local està dinamitzant el seu entorn i està, per tant, nodrint-lo de salut. Tot i que aquí s'ha de matisar que no tot el que és local és saludable. Cal afegir altres elements per poder completar la definició de salut, però si que és important que es mantingui la idea de què el intercanvi econòmic en un mateix territori és un dels motors del desenvolupament endogen.

Els aliments ecològics són els que estan lliures d'agrotòxics. Actualment la gran majora d'aquests aliments estan certificats per a poder assegurar al consumidor o consumidora final que el procés de producció a complert amb els estàndards de la producció agrària ecològica. A Catalunya és el Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE) el que realitza els controls i els seguiments de les explotacions agràries que estan certificades. En aquest sentit, també s'ha de tenir en compte que hi ha productors que no volen la certificació, o bé perquè no la necessiten per la tipologia de clients que tenen, o bé perquè no hi creuen.

Al Ripollès el creixement de les explotacions agràries ecològiques ha estat espectacular en els últims anys. L'any 2014 hi havia 92 empreses certificades pel CCPAE que produeixen i/o distribueixen productes ecològics. Aquest és un gran valor per una comarca que ha de vendre salut als seus clients. La salut en l'alimentació resideix en una producció neta i respectuosa amb l'entorn, i el Ripollès per les seves condicions geogràfiques i pels seus models productius, compleix aquestes característiques.

Els programes i projectes que treballen en aquesta direcció es recullen a la **línia estratègica 3 "Comunicar, difondre i promocionar els productes agroalimentaris del Ripollès**.

9. Generació d'ocupació

L'estudi de la capacitat de compravenda dels productes agroalimentaris del Ripollès té l'objectiu implícit de millorar la qualitat de vida de les persones que viuen i treballen a la comarca, així com identificar els elements que han de permetre generar ocupació nova al territori.

El sector primari significa un 3% de la població ocupada de la tota la comarca i aporta un 2,9% al PIB. Aquestes dades mostren com el pes de l'activitat agrària és molt baix en relació als altres sectors productius de la comarca. Però, i tal i com s'ha argumentat al llarg d'aquest estudi, el sector primari és la peça imprescindible per a què una part del secundari i bona del terciari funcionin al Ripollès. Des d'aquest punt de vista, i amb criteris tècnics, estem obligats a defensar l'enfortiment del teixit productiu de la comarca i tota la seva cadena de valor.

En aquest punt és important reflexionar sobre quin model de pagesia necessita el Ripollès. Aquest és un debat candent a la societat actual en el que es discuteix si les explotacions agràries familiars i la producció ecològica serien capaces d'alimentar la població. Lluny d'entrar en debats de geopolítica i estratègia alimentària, el que és important és tenir clar quines explotacions agràries són les que tenen sentit al Ripollès i quines eines necessiten per enfortir-se, per mantenir-se i per generar ocupació nova de qualitat. Per tal d'exemplificar la idea de model, s'adjunta el comentari d'un ramader de la comarca en el que argumenta que malgrat una empresa gran crea llocs de treball, també s'ha de tenir en compte els que destrueix d'una manera indirecta.

> "En Tarradelles dóna feina a 800 persones, però a quantes ha arruïnat?" (15P).

El model alimentari global està dominat per empreses grans que controlen la major part dels aliments des de la producció fins al consum. Es parla "d'Imperis alimentaris" en relació a l'estructura productiva a escala mundial, que és la que acaba aterrant a la població local. Per exemple, el fet que el xai no tingui una sortida comercial òptima és degut a tota una sèrie de factors que actuen més enllà de l'àmbit local som són els canals de distribució mundial (xai d'Argentina o Nova Zelanda), estratègies agressives amb el preu de les cadenes comercials o la intrusió d'intermediaris poc ètics als punts de venda local. Aquest fet posa de manifest que si no es treballa per un canvi de tendència que incorpori accions a favor d'un model agroalimentari més solidari amb les persones i l'entorn, "el gran té més recursos per menjar-se al petit".

> "El gros cada vegada més gros... el petit a plegar" (23P).

Per tal que el petit no hagi de plegar, són les polítiques públiques properes a la ciutadania les que tenen marge de maniobra per incidir en un canvi de rumb. Les polítiques d'ocupació han de fomentar el vincle entre les necessitats d'un territori, els seus instruments tècnics i la mirada política amb la qual s'interpreten les accions a desenvolupar. El Ripollès és una comarca en la que es donen els condicionants òptims per treball per un model de desenvolupament local endogen en el qual els recursos del territori es posen a l'abast de la seva població per millorar les condicions de vida i de treball. Actualment el Ripollès té el repte de rejovenir la comarca i dotar-la d'elements que la facin atractiva, tant per viure-hi com per treballar. Les dades mostren el grau d'envelliment de la població elevat i el poc dinamisme actual de les seves empreses. Són les polítiques públiques les que han de plantejar una estratègia a mig termini per revertir les dinàmiques que la societat global aterra a espais de muntanya com el Ripollès.

> "Un poble de jubilats no té futur" (12P).

Per acabar, és interessant reflexionar sobre el paper que han de tenir les entitats que treballen pel desenvolupament local des del sector públic. Segons Javier Rodríguez, director de Ingularde (Ajuntament de Barakaldo), les agències de desenvolupament local haurien de ser el referent territorial per a les empreses i el teixit socioeconòmic. El gran repte, o la pregunta estrella, és com s'assoleix aquesta fita tan complexa. Al meu entendre les dinàmiques de relació entre el que és privat i és públic han de ser multidimensionals. Donar i rebre, escoltar i expressar, conèixer i aprendre. Un dels ramaders que està convençut que Ripollès Desenvolupament està fent una tasca molt bona per la pagesia de la comarca, expressa que necessita que sigui l'entitat la que proposi idees, la que plantegi projecte i la que sigui proactiva. Al seu entendre serà després el sector privat el que s'implicarà en aquelles accions o projectes.

> "Nosaltres no tenim ni temps ni idees. Necessitem que des del Consorci ens diguin que hem de fer... llavors nosaltres ja produirem" (70P).

Al mateix temps, estic convençuda que hi ha agents que tenen una visió antagònica i que argumenten que no se'ls té en compte, o que les "coses" es decideixen als despatxos o bé que el privat no té capacitat de decisió.

Casar les múltiples perspectives del territori és una de les fites estratègiques de les entitats locals que treballen per la millora de la qualitat de vida de la gent del territori. Aquest estudi aporta dades noves per avançar en el camí conjunt de generació de riquesa local per viure i treballar sota la bandera de la felicitat.

10. Síntesi

10.1. Punts Forts (Àrees a potenciar)

Producció
Ramaderia vinculada a la terra (camps, pastura i boscos)
Manteniment d'una activitat ramadera sostenible
Paisatge ben cuidat gràcies a l'activitat ramadera tradicional
Producció de carn de molta qualitat (vedella, poltre, xai i cabrit)
Augment de la ramaderia ecològica certificada pel CCPAE (92 explotacions ramaderes l'any 2014)
Existència de la marca de garantia Producte del Ripollès
Escorxador comarcal de caire artesanal (Ripoll)
Escorxadors municipals gestionats pels carnissers locals (Camprodon i Ribes de Freser)
Forta presència de races autòctones: Ovella ripollesa, Vaca Bruna i Cavall Pirinenc Català
Suport públic des del Departament d'Agricultura de la Generalitat (Leader, Contracte Global d'Explotació, DUN, etc.)
Venda on-line de productes agroalimentaris del Ripollès
8 productors de llet que elaboren derivats làctics artesans
Empresa motor en el sector de la ramaderia ecològica a Catalunya (Pirinat)
Posicionament de la carn de poltre com a producte saludable
Producció de llavor de patata certificada pel CCPAE de la Trumfa de la Vall de Camprodon

Producte del Ripollès
Bona valoració de la feina tècnica de suport que es fa des de Ripollès Desenvolupament
Prestigi institucional de la marca de qualitat Producte del Ripollès
Segell de qualitat amb identificació territorial (Producte del Ripollès)
Pàgina web moderna i útil (www.productedelripolles.cat)
Alguns dels restaurants que treballen amb Producte del Ripollès, ho especifiquen a les seves cartes
Introducció de productes nous: cervesa artesana, infusions ecològiques, carn de caça, aviram, ous, galetes, melmelades, mel, etc.

Consum
Augment de la demanda de productes locals i ecològics, sobretot a les ciutats
Creació de paquets turístics vinculats a la natura, la cultura i la gastronomia
Aula d'Hostaleria del Ripollès com a aparador del producte local
Creació de dues agrobotigues noves per part de ramaders (Les Llosses i Vallfogona del Ripollès)
Restauradors i carnissers que també són ramaders i tenen més sensibilitat pel producte local
Funcionament d'un programa de sensibilització a l'escola de Camprodon: *Ens Mengem la Vall*
L'ovella ripollesa està dintre de *l'Arca del Gust d'Slow Food*
Bona acollida de les jornades de presentació de producte local en el marc de les Temporades Gastronòmiques
Difusió del producte local a les xarxes socials
Bona predisposició dels clients dels restaurants a menjar productes de qualitat al Ripollès
Restaurant amb un Estrella Michelin compromès amb en producte local (Fonda Xesc)

Entorn
Ripollès Desenvolupament és delegació de l'Escola de Pagesia i Activitat Pastoral
Sorgiment d'un projecte privat per crear una escola de formació ramadera per joves nouvinguts al sector (Campelles)
La natura, la cultura i la pastura són elements estratègics per afrontar el futur des d'una òptica de sostenibilitat
Creació del Parc Natural de les Capçaleres del Ter i del Freser
Tendència cap als *territoris líquids*: sinergies amb les comarques veïnes
Prestigi de l'economia social com a motor de la nova emprenedoria rural
Proximitat de l'Àrea Metropolitana de Barcelona: gran pol de consum potencial de productes de qualitat

10.2. Punts Febles (Àrees de millora)

Producció
Ramaderia molt vinculada als ajuts públics
Població agrària envellida
Incorporacions de joves insuficients (37 entre 2007-2013)
Dificultat per accedir a la terra per part de les generacions més joves o per a persones nouvingudes al sector
Forta competència del sector boví enfront l'oví per llogar finques i terres de pastura
Acaparament de terres per part d'empreses de fora de la comarca que les lloguen per mantenir una activitat vincula als ajuts públics
Poca implicació per part de les administracions locals per regular el mercat de la terra
Augment de la producció agrària ecològica pel fet que hi ha ajuts, no per uns valors que ho motivin
Desconfiança entre el sector productiu sobre si els que estan certificats pel CCPAE estan complint amb els requisits
Pèrdua, en alguns casos, de la traçabilitat del producte local fins al consumidor local
Escorxador comarcal amb mancances estructurals i d'agilitat de gestió
Servei de transport des de l'escorxador car i poc professional
Poca diversificació productiva: sector excessivament centrat en la vaca de vedell
No hi ha un sector agroindustrial potent que retingui valor al territori
Poca producció de porcí de cicle tancat (3 explotacions)
Pocs productors de llet de cabra (1) i d'ovella (1)
Empreses ramaders amb poca mà d'obra (només un 19,4% de les UTA's són assalariades)
Poc dinamisme de les cooperatives agràries de la comarca
Manca de pinso ecològic a la comarca

Producte del Ripollès
Poc impacte de la Guia del Producte Agroalimentari del Ripollès
Hi ha productes locals que compleixen els requisits de qualitat de la marca Producte del Ripollès, però no en formen part (despesa econòmica i burocràcia)
Poca identificació de la marca Producte del Ripollès amb l'Aula d'Hostaleria del Ripollès
La marca Producte del Ripollès no implica una major venda de producte per part dels productors i elaboradors, ni tampoc un increment del valor afegit per formar-hi part
Poc treball conjunt entre les associacions de productors de la marca Producte del Ripollès
Les associacions de productors no fan una feina conjunta per organitzar la producció de manera col·lectiva
Poc producte per organitzar la comercialització fora de la comarca. Manca estructura comercial i diversificació de producte
Poc reclam de la població local del Producte del Ripollès. Les persones que compren a les carnisseries no demanen que el producte sigui local
La identitat dels tres territoris (Baix Ripollès, Vall de Camprodon i Vall de Ribes) dificulta la identificació amb una única marca
Alguns productors i restauradors estan cansats de participar i ser sempre "els mateixos"
Alguns productes que formen part de la marca de qualitat no estan identificats amb el logotip de la marca Producte del Ripollès

Consum
Poca consciència de producte local en el sector de la restauració
Poc producte local i ecològic als menjadors escolars
Desconeixement ciutadà de la traçabilitat del producte local
Temporades gastronòmiques puntuals que no introdueixen canvis significatius en les dinàmiques de compra dels restaurants
Els col·lectius de cuina es troben en un moment de poca activitat i motivació
La majoria de restauradors no confien actualment en els col·lectius de cuina de la comarca, només els que hi estan vinculats d'una manera molt directa
La proposta gastronòmica comarcal manté un caràcter tradicional poc innovador. No es llueix la cuina de muntanya, ni el valor del producte local
No hi ha una aposta per part de la restauració pel producte local, només per part d'alguns restaurants, que en són una minoria
Poca participació en la compra del producte local per part d'agents estratègics com Ferrocarrils de la Generalitat, la Fundació MAP i l'Hospital de Campdevànol
Canvi d'hàbits alimentaris de les generacions més joves. Pèrdua de la cuina del

"xup-xup"
Confusió per part d'alguns restaurants en no saber si el producte que compren a la carnisseria és de productors locals
Poca introducció dels formatges locals als restaurants i botigues de la comarca
Molt poca consciència del producte ecològic per part dels restaurants
El producte local no és visible a la major part de les cartes dels restaurants
Disminució del consum local als mercats municipals
Poc coneixement per part del personal de sala dels restaurants del producte local
Consciència que el producte local és més bo, però dificultat per consumir-lo per la situació de crisi econòmica
Una part del professorat de l'Aula d'Hostaleria no coneix el producte local del Ripollès

Entorn
El producte turístic està poc vinculat als valors ramaders i al producte local de la comarca. No hi ha una repercussió directa en la compra de producte local per part dels agents turístics
No existeix oferta formativa a la comarca relacionada amb temes agraris
Manca de gestió econòmica a les empreses agràries i als restaurants
Compromís baix per part dels actors implicats en la cadena de valor del producte agroalimentari
Cessament de la quota lletera: incertesa en el sector
Incertesa de la PAC i conseqüències directes en les pràctiques dels productors del Ripollès

11. Pla d'actuació del sector agroalimentari del Ripollès

Línia estratègica	1	Enfortiment del teixit associatiu i cooperatiu
Programa	1.1	Dinamització de les associacions i/o cooperatives agroalimentàries del Ripollès
Acció/projecte	1.1.1	Gestió i dinamització de les associacions agroalimentàries de Producte del Ripollès creades des de Ripollès Desenvolupament

Objectiu: millorar la competitivitat de les empreses associades.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Des de l'any 2007 la marca de garantia Producte del Ripollès ha incorporant diferents associacions de productors i elaboradors. Actualment en formen part sis associacions diferents, de les quals quatre es van crear des de Ripollès Desenvolupament: Associació de Ramaders del Ripollès, Associació de Pastors del Ripollès, Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès i l'Associació de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès.
L'objectiu d'aquest projecte és donar suport a les entitats que han estat creades des de Ripollès Desenvolupament per tal que els seus membres puguin desenvolupar estratègies noves que els ajudin a millorar la renda de les seves empreses.
Accions a desenvolupar:

- Convocar i coordinar les reunions de les associacions.
- Donar suport en convocatòries d'ajuts i subvencions.
- Facilitar la gestió tècnica i administrativa de les associacions.
- Assessorar per desenvolupar projectes nous.
- Mantenir un contacte permanent i àgil amb les persones associades.

Indicadors d'avaluació:

- Nombre d'associacions gestionades
- Nombre de socis de cada associació
- Nombre de reunions realitzades
- Nombre d'activitats organitzades
- Nombre d'ajuts o subvencions tramitades

Interrelació amb altres accions:

- Suport a altres associacions i cooperatives agroalimentàries del Ripollès
- Gestió i seguiment dels productes inclosos a la marca de garantia Producte del Ripollès
- Accions innovadores intersectorials
- Millora i control de la traçabilitat del producte agroalimentari del Ripollès

Agents socials i econòmics implicats:

- Ripollès Desenvolupament
- Associació de Ramaders del Ripollès
- Associació de Pastors del Ripollès
- Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès
- Associacions de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès

Línia estratègica	**1**	**Enfortiment del teixit associatiu i cooperatiu**
Programa	**1.1**	**Dinamització de les associacions i/o cooperatives agroalimentàries del Ripollès**
Acció/projecte	**1.1.2**	**Suport a altres associacions i cooperatives agroalimentàries del Ripollès**

Objectiu: donar suport a projectes externs que dinamitzen el sector agroalimentari.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Des de Ripollès Desenvolupen es dóna suport al teixit agroalimentari més enllà de la gestió i dinamització de les associacions que han estat creades des de l'entitat. Aquest projecte inclou totes aquelles accions que estiguin vinculades a donar suport a les entitats que s'impliquen amb la dinamització del sector.
Accions a desenvolupar:
- Participar de les reunions que convoquin les altres entitats.
- Coordinar les accions intersectorials.
- Mantenir una relació regular amb el personal tècnic de les altres entitats.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'entitats implicades
- Nombre de reunions realitzades
- Nombre d'activitats participades

Interrelació amb altres accions:
- Gestió i dinamització de les associacions agroalimentàries de Producte del Ripollès creades des de RD
- Gestió i seguiment dels productes inclosos a la marca de garantia Producte del Ripollès
- Accions innovadores intersectorials
- Millora i control de la traçabilitat del producte agroalimentari del Ripollès

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Associació de Ramaders del Ripollès
- Associació de Pastors del Ripollès
- Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès
- Cooperativa Ramadera de Molló
- Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès
- Associacions de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès
- SAT Sant Antoni de la Miranda de Sant Joan de les Abadesses
- Cooperativa Agropecuària de Vallfogona de Ripollès
- Mancomunitat de la Vall de Camprodon
- Consorci d'Espais d'Interès Natural del Ripollès
- Associació Leader Ripollès Ges Bisaura
- Oficina comarcal del Departament d'Agricultura
- Sindicats agraris

Línia estratègica	**1**	**Enfortiment del teixit associatiu i cooperatiu**
Programa	**1.1**	**Dinamització de les associacions i/o cooperatives agroalimentàries del Ripollès**
Acció/projecte	**1.1.3**	**Gestió i seguiment dels productes inclosos a la marca de garantia Producte del Ripollès**

Objectiu: vetllar pel compliment del reglament de la marca de garantia Producte del Ripollès.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
La marca de garantia Producte del Ripollès es va crear per augmentar el valor afegit dels productes i el seu prestigi per així millorar la quantitat i la qualitat de les vendes. Per tal de controlar l'ús de la marca es va aprovar un reglament d'ús on s'indiquen les persones autoritzades a utilitzar la marca, les característiques comunes dels productes que es certifiquen, la manera com es controla i la vigilància de l'ús de la marca. El control es realitza a través de les diferents associacions i cooperatives de la comarca i se certificat per l'Entitat de Certificació de Girona (EICG) o pel Consell Català de la Producció Agrària Ecològica (CCPAE).
Cada producte disposa del seu plec de condicions que el regula per tal de complir uns mateixos estàndards. Tots els productes alimentaris destinats a ser entregats a les persones consumidores finals han de complir els requisits que estableix la norma general d'etiquetatge. A més d'aquestes mencions obligatòries, els operadors poden utilitzar mencions facultatives addicionals.

Accions a desenvolupar:
- Organitzar les reunions necessàries de la Comissió de Seguiment de la marca de garantia Producte del Ripollès.
- Establir reunions i visites amb cadascuna de les associacions i cooperatives responsables de cadascun dels productes segons la seva tipologia.
- Identificar nous productes o noves empreses per incorporar com a operadors.
- Establir reunions amb els representants de les empreses certificadores per tal de realitzar el control de la marca.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'operadors de la marca
- Nombre de productes i productors incorporats
- Nombre de visites
- Nombre de notícies generades
- Nombre de reunions

Interrelació amb altres accions:
- Gestió i dinamització de les associacions agroalimentàries de Producte del Ripollès creades des de RD
- Suport a altres associacions i cooperatives agroalimentàries del Ripollès
- Accions innovadores intersectorials
- Millora i control de la traçabilitat del producte agroalimentari del Ripollès

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Associació de Ramaders del Ripollès
- Associació de Pastors del Ripollès
- Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès
- Cooperativa Ramadera de Molló
- Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès
- Associacions de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès

Línia estratègica	1	Enfortiment del teixit associatiu i cooperatiu
Programa	1.2	Enfortiment del vincle entre els productors i els restauradors
Acció/projecte	1.2.1	Assessorament tècnic i econòmic per la petita empresa

Objectiu: millorar la renda de les empreses petites de la comarca vinculades al sector agroalimentari.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
El teixit econòmic que estructura la cadena de valor del sector agroalimentari a la comarca del Ripollès es caracteritza per tenir una dimensió petita o mitjana. La diagnosi del sector ha detectat una manca de gestió tècnica i econòmica en la major part d'empreses locals: productors, elaboradors, carnissers i restauradors.
El projecte "Assessorament tècnic i econòmic per la petita empresa" ha de dotar de les eines bàsiques necessàries als agents econòmics locals per tal que puguin millorar la seva renda.
Accions a desenvolupar:
- Coordinació amb els serveis d'assessorament a l'empresa.
- Definició d'un protocol d'actuació per a les empreses existents.
- Establiment d'un programa de formació continua per a les empreses petites.
- Assessorament individual i específic.
- Articulació d'eines per a les persones emprenedores que comencen de nou.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'empreses ateses
- Nombre de sessions de formació en grup
- Nombre de projectes nous
- Satisfacció usuaris

Interrelació amb altres accions:
- Gestió i dinamització de les associacions agroalimentàries de Producte del Ripollès creades des de RD
- Suport a altres associacions i cooperatives agroalimentàries del Ripollès
- Gestió i dinamització de l'Associació d'Hostaleria del Ripollès
- Espai Test Agrari: incubadora d'emprenedors agraris
- Espai Test Gastronòmic: incubadora d'emprenedors gastronòmics

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Sindicats agraris
- Departament Empresa i Ocupació

Línia estratègica	**1**	**Enfortiment del teixit associatiu i cooperatiu**
Programa	**1.2**	**Enfortiment del vincle entre els productors i els restauradors**
Acció/projecte	**1.2.2**	**Gestió i dinamització de l'Associació d'Hostaleria del Ripollès**

Objectiu: millorar la competitivitat de les empreses associades.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Ripollès Desenvolupament dóna suport a l'Associació d'Hostaleria del Ripollès. Actualment l'entitat es troba en un moment feble i està necessitada d'elements de dinamització que li aportin sentit estratègic a curt i mig termini.

Accions a desenvolupar:
- Convocar i coordinar les reunions necessàries.
- Suport en convocatòries d'ajuts i subvencions.
- Facilitar la gestió tècnica i administrativa associativa.
- Assessorar per desenvolupar projectes.
- Mantenir un contacte permanent i àgil amb les persones associades.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'associacions gestionades
- Nombre de socis de cada associació
- Nombre de reunions realitzades
- Nombre d'activitats organitzades
- Nombre d'ajuts o subvencions tramitades

Interrelació amb altres accions:
- Suport a altres associacions gastronòmiques del Ripollès
- Accions innovadores intersectorials
- Pla Pilot "El Producte del Ripollès a l'Aula d'Hostaleria del Ripollès"

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Aula d'Hostaleria del Ripollès
- Associació d'Hostaleria del Ripollès

Línia estratègica	**1**	**Enfortiment del teixit associatiu i cooperatiu**
Programa	**1.2**	**Enfortiment del vincle entre els productors i els restauradors**
Acció/projecte	**1.2.3**	**Suport a altres associacions gastronòmiques del Ripollès**

Objectiu: millorar la interrelació entre les diferents entitats gastronòmiques comarcals.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Al Ripollès hi ha dos col·lectius de cuina: Les Cuines de la Vall de Camprodon i els Fogons de la Vall de Ribes. Aquestes dues entitats tenen les seves dinàmiques pròpies i el personal tècnic que hi dóna suport directament. Tot i així sempre hi ha accions que es porten a termes des de les diferents associacions i que tenen sentit desenvolupar-les de manera coordinada.
Accions a desenvolupar:
- Participar de les reunions que convoquin les altres entitats.
- Coordinar les accions intersectorials.
- Mantenir una relació regular amb el personal tècnic de les altres entitats.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'entitats implicades
- Nombre de reunions realitzades
- Nombre d'activitats participades

Interrelació amb altres accions:
- Accions innovadores intersectorials
- Pla Pilot: "El Producte del Ripollès a l'Aula d'Hostaleria del Ripollès"

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Mancomunitat de la Vall de Camprodon
- Associació Leader Ripollès Ges Bisaura
- Cuines de la Vall de Camprodon
- Fogons de la Vall de Ribes

Línia estratègica	1	Enfortiment del teixit associatiu i cooperatiu
Programa	1.2	Enfortiment del vincle entre els productors i els restauradors
Acció/projecte	1.2.4	Accions innovadores intersectorials

Objectiu: motivar la cooperació entre els diferents actors de la cadena de valor del producte agroalimentari local.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès i àrea d'influència

Descripció:
El sector agroalimentari del Ripollès fa anys que treballa el producte local des de les diferents associacions, tant de productors com de cuiners. El resultat han estat accions de promoció del producte local i de la cuina vinculada al territori. Actualment, tant els productors com els restauradors es troben en un moment de desànim, degut tant a la situació de crisi sistèmica com a les dinàmiques que s'han anat generant entre els diferents col·lectius.
Malgrat de vegades es té la sensació de què *ja s'ha fet tot el que es podria fer*, sempre queda espai per a la innovació i per plantejar accions noves o repetir les que ja s'han fet sota un prisma diferent.
Aquest projecte té per objectiu incentivar el treball conjunt de productors, elaboradors, carnissers, botiguers i restauradors (tota la cadena de valor del producte local) per tal de portar a terme accions innovadores.
Accions a desenvolupar:
- Realitzar taules d'intercanvi que permetin pensar noves accions de promoció de "Producte del Ripollès".
- Comunicar al personal tècnic de Ripollès Desenvolupament els acords de les taules de treball.
- Innovar en les temporades gastronòmiques.
- Realitzar un calendari de la marca de qualitat Producte del Ripollès.
- Cercar finançament per poder desenvolupar les diferents accions i activitats que es proposin.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'accions portades a terme
- Nombre d'associacions professionals implicades
- Nombre de notícies generades

Interrelació amb altres accions:
- Gestió i dinamització de les associacions agroalimentàries de Producte del Ripollès creades des de RD.
- Suport a altres associacions i cooperatives agroalimentàries del Ripollès
- Calendari de Producte del Ripollès.
- Caravana de Producte del Ripollès.
- Artistes de la terra: banda sonora de Producte del Ripollès.

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Associació Leader Ripollès Ges Bisaura
- Associació de Ramaders del Ripollès
- Associació de Pastors del Ripollès
- Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès
- Cooperativa Ramadera de Molló
- Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès
- Associacions de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès
- Associació Professional d'Empresaris d'Hostaleria de la comarca del Ripollès
- Els Fogons de la Vall de Ribes
- Les Cuines de la Vall de Camprodon
- Patronat de Turisme Costa Brava Pirineus de Girona

Línia estratègica	**1**	**Enfortiment del teixit associatiu i cooperatiu**
Programa	**1.2**	**Enfortiment del vincle entre els productors i els restauradors**
Acció/projecte	**1.2.5**	**Pla Pilot: "El Producte del Ripollès a l'Aula d'Hostaleria del Ripollès**
Objectiu: convertir l'Aula d'Hostaleria del Ripollès en un laboratori i aparador del "Producte del Ripollès", productes km0 i de productes de qualitat catalans.		**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
L'Aula d'Hostaleria del Ripollès es projecta com un espai estratègic per promocionar i difondre la cuina de muntanya, així com per fomentar el vincle entre els productors i els restauradors de la comarca.
El "Pla Pilot" consisteix en convertir l'Aula d'Hostaleria del Ripollès en un laboratori actiu on es testi de manera regular el vincle de la cuina amb els productes del territori, tant els que estan a la marca de qualitat "Producte del Ripollès" com d'altres productes de qualitat catalans. Aquesta prova ha de servir per poder identificar els problemes i les oportunitats de cada producte i cada productor, ja sigui en temes de qualitat, de distribució, de preu, etc.
El "Pla Pilot" també contempla la formació dels formadors de l'Aula d'Hostaleria, per tal que la marca de qualitat estigui present al dia a dia de l'Aula d'Hostaleria i es transmeti d'una manera harmònica a l'alumnat. L'equip docent haurà d'incorporar el Producte del Ripollès i transmetre els coneixements adquirits a l'alumnat.
Aquesta projecte ha d'anar vinculat a la difusió a les xarxes socials de les bones pràctiques de l'Aula d'Hostaleria, que ha d'esdevenir un mirall per la resta de restaurants de la comarca i territoris veïns.

Accions a desenvolupar:
- Realitzar un protocol per incorporar els productes de la marca de qualitat en els diferents menús de l'Aula.
- Transmetre la informació i els coneixements de la marca de qualitat "Producte del Ripollès" al professorat de l'Aula d'Hostaleria i a l'alumnat.
- Incorporar els productes del Ripollès als menús de l'Aula d'Hostaleria.
- Dissenyar una nova carta / menú amb la informació del Producte del Ripollès perquè els clients puguin conèixer-los.
- Detecció de problemes en la qualitat del producte, en la seva comercialització i distribució.
- Foment de la cuina de muntanya a l'Aula d'Hostaleria del Ripollès.
- Comunicació i informació al sector professional i a la ciutadania de les millores que implementa l'Aula d'Hostaleria en relació al producte local.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de productes de Producte del Ripollès comprats
- Nombre de productes del territori comprats
- Nombre de productes ecològics comprats
- Nombre de formadors formats
- Informe trimestral de seguiment
- Protocol d'incorporació

Interrelació amb altres accions:
- Gestió i seguiment dels productes inclosos a la marca de garantia Producte del Ripollès
- Assessorament tècnic i econòmic a la petita empresa
- Coneixement dels productes de qualitat catalans
- Millora i control de la traçabilitat del producte agroalimentari del Ripollès
- Gestió i actualització de la web i de les xarxes socials del Producte del Ripollès
- Foment de la compra de producte local per part d'agents estratègics tant públics com privats

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Associació de Ramaders del Ripollès
- Associació de Pastors del Ripollès
- Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès
- Cooperativa Ramadera de Molló
- Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès
- Associacions de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès
- Associació Professional d'Empresaris d'Hostaleria de la comarca del Ripollès
- Els Fogons de la Vall de Ribes
- Les Cuines de la Vall de Camprodon

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.1**	**Suport a una nova generació de pagesia**
Acció/projecte	**2.1.1**	**Espai Test Agrari: incubadora d'emprenedors agraris**
Objectiu: crear un espai de gestació de noves empreses agroalimentàries.		**Àmbit geogràfic:** Ripollès i àrea d'influència

Descripció:
El sector agroalimentari necessita relleu generacional, incorporació de nous perfils i creació de productes de qualitat nous. A les comarques gironines són les oficines comarcals d'agricultura, els sindicats agraris i les entitats d'assessorament agrari, les encarregades d'orientar les persones que es volen incorporar al sector agrari. Tot i així, estan més centrades en donar suport als professionals en actiu que als nouvinguts. Els reptes que suposa actualment engegar una activitat nova o rellevar-ne una d'existent, requereixen d'un servei integral de suport, que vagi més enllà de la gestió d'ajuts i burocràcia. El concepte d'Espai Test Agrari s'adequa a la necessitat detectada al territori de formar, assessorar i acompanyar futurs empresaris en l'àmbit agroalimentari.
Les funcions de l'Espai Test Agrari són:
- Donar un **servei integral d'assessorament** des del naixement de la idea de negoci fins la consolidació de l'empresa.
- Oferir **instal·lacions adequades** a les persones emprenedores, entenent que és un espai entre la formació i la creació d'empresa. En aquest sentit cal estudiar quina seria l'especialitat de l'Espai Test Agrari i posar les eines a l'abast dels emprenedors.
- Tenir un **programa de formació continua i intercanvi d'experiències** al voltant dels sector productius nous que es desenvolupin a l'Espai Test Agrari.

A Catalunya hi ha l'exemple del Celler de Viveristes de la Conca de Barberà i els Horts Professionals del Viver d'Agricultors de Rufea, promogut per l'Ajuntament de Lleida. Ripollès Desenvolupament actualment ja porta a terme algunes de les tasques de formació i assessorament que es contemplen en el marc de la creació de l'Espai Test Agrari. Aquesta és una oportunitat per integrar alguns dels serveis que ja es donen des de Ripollès Desenvolupament per oferir un suport integral per la nova generació de pagesia.

Accions a desenvolupar:
- Participar en la nova xarxa d'Espais Test Agraris que s'està gestant a escala de l'estat espanyol.
- Estudiar fórmules similars a altres territoris.
- Interlocutorar amb altres entitats del Ripollès i de les comarques veïnes per valorar el projecte i la seva viabilitat.
- Definir un procés de participació amb el sector per tal de valorar el projecte i els agents que es poden implicar.
- Detectar espais públics susceptibles de formar part del projecte.
- Definir un protocol de funcionament.
- Cerca de finançament per portar a terme el projecte.

Indicadors d'avaluació:
- Participació en la xarxa d'Espais Test Agraris
- Nombre d'experiències consultades
- Sessions d'informació als agents del territori
- Sessions de treball amb els agents implicats
- Posada en marxa de l'Espai Test Agrari

Interrelació amb altres accions:
- Dinamització del mercat de la terra
- Foment d'orientacions productives innovadores en zones de muntanya
- Espai Test Gastronòmic: incubadora d'emprenedors gastronòmics

Agents socials i econòmics implicats:
- Diputació de Girona
- Ripollès Desenvolupament
- Consell Comarcal del Ripollès
- Associació Leader Ripollès Ges Bisaura
- Oficina Comarcal del Departament d'Agricultura
- Escola de Capacitació Agrària de l'Empordà
- Escola de Capacitació Agrària de Manresa
- IES de la Garrotxa
- Escola de Pagesia i Activitat Pastoral

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.1**	**Suport a una nova generació de pagesia**
Acció/projecte	**2.1.2**	**Dinamització del mercat de la terra**

Objectiu: alliberar terra per la nova generació de pagesia.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès i àrea d'influència

Descripció:
Es detecta una dificultat per accedir a la terra per part de persones que es volen incorporar de nou al sector agrari, ja siguin de la comarca o de fora. El mercat de la terra és molt estàtic i està intervingut per dinàmiques especulatives d'empreses de fora de la comarca. Per altra banda, la població agrària està envellida i en els propers deu anys plegaran un nombre important de caps d'explotació que no tenen relleu generacional.
Per poder facilitar la incorporació de persones noves al sector agrari cal engegar mecanismes de suport i facilitació per iniciar l'activitat. En el cas del sector ramader una de les traves més acusades és trobar finca i terres per portar a terme l'activitat.
Accions a desenvolupar:
- Elaborar un cens d'explotacions agràries sense relleu familiar.
- Identificar finques públiques i/o privades per la instal·lació d'activitats agroalimentàries noves.
- Establir un protocol d'actuació per als Ajuntaments que vulguin implementar accions per dinamitzar el mercat de la terra. Aquestes poden incloure mesures de bonificació per aquells privats que lloguin una part de la seva terra a empreses noves.
- Promoure acords de custòdia del territori, tant amb propietaris públics com privats.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'explotacions agràries sense relleu
- Nombre de finques públiques en desús
- Nombre d'Ajuntaments que implementin mesures de dinamització del mercat de la terra.
- Nombre de traspassos de finques
- Nombre d'acords de custòdia del territori

Interrelació amb altres accions:
- Espai Test Agrari: incubadora d'emprenedors agraris

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Consorci d'Espais d'Interès Natural del Ripollès
- Ajuntaments del Ripollès
- Oficina Comarcal del Departament d'Agricultura
- Associació Terra Franca
- Xarxa de Custòdia del Territori

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.1**	**Suport a una nova generació de pagesia**
Acció/projecte	**2.1.3**	**Foment d'orientacions productives innovadores en zones de muntanya**

Objectiu: diversificar l'oferta de Producte del Ripollès.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
El Producte del Ripollès està molt focalitzat en la carn fresca de vedella, xai i poltre. Existeixen altres orientacions productives que poden diversificar tant les explotacions ramaderes actuals com crear empreses agroalimentàries noves.

S'han detectat els següents nínxols de mercat:
- Producció de llet d'ovella i cabra convencional
- Producció de llet d'ovella, cabra i vaca ecològica
- Elaboració de formatges de pastor ecològics
- Elaboració de mantega ecològica
- Porc de qualitat (ecològic i/o en extensiu)
- Horta de muntanya per al consum local
- Poma ecològica de muntanya
- Fruits petits i vermells
- Productes apícoles (mel, pol·len, gelea, etc)

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'empreses que diversifiquen amb activitats noves
- Nombre d'empreses de creació nova amb productes nous
- Nombre de productes incorporats al Producte del Ripollès
- Nombre de productes CCPAE nous

Interrelació amb altres accions:
- Espai Test Agrari: incubadora d'emprenedors agraris
- Estudi sobre les qualitats de la carn de les races autòctones del Ripollès
- Estudi de viabilitat d'una botiga-restaurant-punt d'informació a Girona o Barcelona
- Millora i control de la traçabilitat del Producte del Ripollès
- Catàleg de varietats antigues de fruita i horta del Ripollès

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Associació Leader Ripollès Ges Bisaura
- Oficina Comarcal del Departament d'Agricultura
- Escola de Capacitació Agrària de l'Empordà
- Escola de Capacitació Agrària de Manresa
- IRTA
- ANCRI
- Associació Catalana d'Elaboradors de Formatge Artesà
- Eco-ram, ramaders i pagesos ecològics de les comarques gironines
- Fundació Alícia

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.2**	**Posicionament de l'Aula d'Hostaleria del Ripollès com a referent en cuina de muntanya**
Acció/projecte	**2.1.1**	**Creació i seguiment del Consell Assessor de l'Aula d'Hostaleria del Ripollès**

Objectiu: crear un òrgan que vetlli pel posicionament estratègic de l'Aula d'Hostaleria del Ripollès.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
La identificació de la necessitat de què l'Aula d'Hostaleria del Ripollès esdevingui un agent articulador de la dinamització agroalimentària de la comarca implica assumir un repte que requereix una bona planificació, coordinació i execució.
Per tal de vetllar pel procés que ha de portar l'Aula d'Hostaleria del Ripollès cap a l'excel·lència, es considera necessari crear un òrgan professional que pugui dirigir i orientar el rumb dels projectes i les accions que es programin a curt, mig i llarg termini.

Accions a desenvolupar:
- Escollir els membres del Consell Assessor.
- Convocar les reunions i dinamitzar-les.
- Establir un calendari de treball conjunt.
- Redactar un Pla d'Actuació 2016-18.

Indicadors d'avaluació:
- Creació del Consell Assessor
- Redacció Pla d'Actuació 2016-18
- Nombre de membres
- % representants públics
- Nombre de sessions de treball

Interrelació amb altres accions:
- Suport a altres associacions gastronòmiques del Ripollès
- Pla Pilot: "El Producte del Ripollès a l'Aula d'Hostaleria del Ripollès"
- Espai Test Gastronòmic: incubadora d'emprenedors gastronòmics

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Associació Professional d'Hostaleria del Ripollès
- Els Fogons de la Vall de Ribes
- Les Cuines de la Vall de Camprodon

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.2**	**Posicionament de l'Aula d'Hostaleria del Ripollès com a referent en cuina de muntanya**
Acció/projecte	**2.1.2**	**Espai Test Gastronòmic: incubadora d'emprenedors gastronòmics**

Objectiu: crear un espai de gestació de noves empreses gastronòmiques.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès i àrea d'influència

Descripció:
L'Aula d'Hostaleria del Ripollès forma joves en cuina i pastisseria. Des del curs 2014-15 ha implantat el CFGS en Direcció en Cuina. Els joves que acaben la formació poden optar per treballar per altres persones o també per engegar la seva empresa. L'Espai Test Gastronòmic es planteja com una eina que facilita el pas entre la formació i l'activitat emprenedora.

Les funcions de l'Espai Test Gastronòmic són:
- Donar un servei integral d'assessorament des del naixement de la idea de negoci fins la consolidació de l'empresa.
- Oferir instal·lacions adequades a les persones emprenedores, entenent que és un espai entre la formació i la creació d'empresa.
- Tenir un programa de formació continua i intercanvi d'experiències.

Accions a desenvolupar:
- Estudiar fórmules similars a altres territoris.
- Interlocutorar amb altres entitats del Ripollès i de les comarques veïnes per valorar el projecte i la seva viabilitat.
- Definir un procés de participació amb el sector per tal de valorar el projecte i els agents que es poden implicar.
- Detectar espais públics susceptibles de formar part del projecte.
- Definir un protocol de funcionament.
- Cerca de finançament per portar a terme el projecte.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'experiències consultades
- Sessions d'informació als agents del territori
- Sessions de treball amb els agents implicats
- Posada en marxa de l'Espai Test Agrari

Interrelació amb altres accions:
- Espai Test Agrari: viver d'emprenedors agraris

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Consell Comarcal del Ripollès
- Associació Leader Ripollès Ges Bisaura
- Associació d'Hostaleria del Ripollès
- Els Fogons de la Vall de Ribes
- Les Cuines de la Vall de Camprodon

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.2**	**Posicionament de l'Aula d'Hostaleria del Ripollès com a referent en cuina de muntanya**
Acció/projecte	**2.1.3**	**Estudi de la cuina tradicional de muntanya al Ripollès**

Objectiu: identificar els recursos necessaris per desenvolupar el concepte de cuina de muntanya.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Per tal de posicionar l'Aula d'Hostaleria del Ripollès com a referent en cuina de muntanya, és necessari tenir un bon coneixement d'aquesta cuina i de la seva petjada a la comarca. Catalunya és un referent en la bona cuina, de qualitat i arrelada al territori. Tant és així que la Cuina Catalana s'ha presentat a la candidatura de Patrimoni Immaterial de la Humanitat de la UNESCO. Aquest camí portarà la cuina catalana a reforçar el valor agrari, cultural i culinari del territori i a ser un referent gastronòmic mundial. Dintre de la cuina catalana, la de muntanya representa un sector estratègic. Els productes típics de la muntanya, el clima, l'orografia, el sòl, les varietats tradicionals, les tècniques de cuina o el bestiar autòcton són els que escriuen la història que han configurat els fogons de la nostra tradició i cal anar a cercar-la per posar-la en valor.
Accions a desenvolupar:
- Realitzar un estudi de la cuina tradicional de muntanya a Catalunya i al Ripollès.
- Analitzar els orígens de la cuina de muntanya, els productes, les tècniques de cocció, les conserves, els menús, etc.
- Conèixer com es treballa actualment la cuina de muntanya, tant a les llars com els restaurants.
- Analitzar la implicació de la Cuina Catalana com a Patrimoni Immaterial de la UNESCO.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de receptes identificades
- Nombre de productes típics de la cuina de muntanya
- Nombre d'espècies d'horta i fruita recuperades
- Nombre d'establiment que s'identifiquen amb la cuina de muntanya

Interrelació amb altres accions:
- Formació i assessorament en cuina de muntanya
- Coneixement dels productes de qualitat catalans
- Catàleg de varietats antigues de fruita i horta del Ripollès

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Aula d'Hostaleria del Ripollès
- Fundació Institut Català de la Cuina i de la Cultura Gastronòmica
- Fundació Alícia
- Associació Professional d'Empresaris d'Hostaleria de la comarca del Ripollès
- Els Fogons de la Vall de Ribes
- Les Cuines de la Vall de Camprodon

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.2**	**Posicionament de l'Aula d'Hostaleria del Ripollès com a referent en cuina de muntanya**
Acció/projecte	**2.1.4**	**Formació i assessorament en cuina de muntanya**

Objectiu: donar eines als professionals en actiu per treballar la cuina de muntanya.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Des de Ripollès Desenvolupament s'aposta per situar la cuina del territori com un referent en cuina de muntanya. Un cop s'hagi realitzat "l'Estudi sobre la cuina de muntanya", cal formar i assessorar els professionals en actiu perquè puguin millorar el que ja estan fent en referència a la cuina de muntanya per als que ja la treballen, o bé incorporar elements d'aquesta cuina als que encara no ho fan. L'Aula d'Hostaleria del Ripollès ha de disposar dels recursos necessaris per impartir la formació i portar a terme l'assessorament.
La formació es planteja de manera continua per als professionals del món de l'hostaleria, així com en format d'intercanvi d'experiències a altres Escoles de Cuina on es treballi la cuina de muntanya. Els formadors poden ser tant de la comarca com de fora. Al Ripollès hi ha cuiners que treballen la cuina de muntanya i que tenen coneixement per compartir amb altres professionals. Els diferents col·lectius de cuina de la comarca també han treballat la cuina de muntanya com un element rellevant en les seves propostes culinàries. Al mateix temps, es creu convenient poder oferir una formació de molta qualitat i prestigi, amb professorat especialitzat, per tal que els professionals de la comarca es motivin i continuïn el seu procés d'aprenentatge.
L'assessorament ha de ser personalitzat per a tots aquells establiments que vulguin treballar la seva proposta gastronòmica orientada a la cuina de muntanya.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de sessions de formació
- Nombre d'assessoraments executats
- Nombre d'establiment adherits al projecte
- Nombre de receptes noves incorporades

Interrelació amb altres accions:
- Foment d'orientacions productives innovadores en zones de muntanya
- Coneixement de productes de qualitat catalans
- Catàleg de varietats antigues de fruita i horta del Ripollès

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Aula d'Hostaleria del Ripollès
- Fundació Institut Català de la Cuina i de la Cultura Gastronòmica
- Fundació Alícia
- Associació Professional d'Empresaris d'Hostaleria de la comarca del Ripollès
- Els Fogons de la Vall de Ribes
- Les Cuines de la Vall de Camprodon

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.2**	**Posicionament de l'Aula d'Hostaleria del Ripollès com a referent en cuina de muntanya**
Acció/projecte	**2.1.5**	**Coneixement dels productes de qualitat catalans**

Objectiu: introduir productes de qualitat catalans als restaurants del Ripollès.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Per tal de situar el Ripollès com una destinació de turisme gastronòmic en cuina de muntanya, a banda de que els restaurants utilitzin Producte del Ripollès, també cal que incorporin entre els seus proveïdors regulars productes de qualitat catalans.
Catalunya és una terra molt rica i diversa en productes agroalimentaris. Aquesta varietat ha estat identificada tradicionalment amb la pagesia i els artesans alimentaris. Amb la industrialització de la cadena alimentària cada vegada és més difícil conèixer l'origen dels productes que es consumeixen. Al canal HORECA predominen els proveïdors que no s'identifiquen amb l'origen del producte ni amb la seva qualitat. La majoria d'establiments compren amb criteris únicament econòmics, deixant els valors socials i ambientals en segon terme.
Des de Ripollès Desenvolupament s'ha de facilitar l'acostament dels establiments turístics a aquests tipus de producte. En els últims anys molts territoris han desenvolupat marques pròpies i han desenvolupat els seus projectes per posar en valor el producte local.
Es proposa començar pels productes de les Comarques Gironines: beures, conserves, farina i pa, fruita i fruits secs, oli i vi, pasta, llegums i cereals, productes d'horta.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de sessions de formació
- Nombre de productes introduïts per establiment

Interrelació amb altres accions:
- Foment d'orientacions productives innovadores en zones de muntanya
- Formació i assessorament en cuina de muntanya

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Aula d'Hostaleria del Ripollès
- Associació Professional d'Empresaris d'Hostaleria de la comarca del Ripollès
- Els Fogons de la Vall de Ribes

Les Cuines de la Vall de Camprodon

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.2**	**Posicionament de l'Aula d'Hostaleria del Ripollès com a referent en cuina de muntanya**
Acció/projecte	**2.1.6**	**Catàleg de varietats antigues de fruita i horta del Ripollès**

Objectiu: conèixer i recuperar varietats antigues de fruita i horta.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Els territoris de muntanya es caracteritzen per unes varietats d'horta i fruita antigues adaptades a la seva orografia i climatologia. La introducció de varietats convencionals i l'obertura dels mercats alimentaris, ha desplaçat les varietats locals de l'ús quotidià.
Al Pallars Sobirà es va publicar l'any 2011 el "**Catàleg de varietats antigues de fruita i horta del Pallars Sobirà",** on es detallada d'una manera exemplar la riquesa local d'aquests conreus. Es proposa fer la mateixa feina al Ripollès.
Recuperar i posar en valor les varietats locals esdevé un recurs cultural i gastronòmic de primer ordre. Si el Ripollès ha de caminar cap a l'excel·lència en la cuina de muntanya, necessita retrobar la cultura conreada i adaptar-la als temps moderns.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de varietats d'horta identificades
- Nombre de varietats de fruita identificades
- Nombre de varietats que conserven un ús quotidià
- Nombre de receptes elaborades actualment aquest varietats antigues
- Nombre de receptes tradicionals on s'empren varietats antigues

Interrelació amb altres accions:
- Foment d'orientacions productives innovadores en zones de muntanya
- Formació i assessorament en cuina de muntanya
- Organització de jornades i/o cursos

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Consell Comarcal del Ripollès
- Associació d'Hostaleria del Ripollès
- Els Fogons de la Vall de Ribes
- Les Cuines de la Vall de Camprodon

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.3**	**Estructuració de la cadena de valor del producte agroalimentari local**
Acció/projecte	**2.3.1**	**Suport als escorxadors comarcals**

Objectiu: millorar el servei dels escorxadors i establir sinergies.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Al Ripollès hi ha tres escorxadors actius: 1) Escorxador del Ripollès, SA (Ripoll) on se sacrifica bestiar boví, equí, oví, cabrum i porcí tant en producció ecològica com en convencional, 2) Escorxador Municipal de Ribes de Freser (Ribes de Freser), on se sacrifica bestiar boví, oví i cabrum, tant en producció ecològica com en convencional. També està autoritzat per a la carn de caça, 3) Agrocàrnica de la Vall de Camprodon (Camprodon) on se sacrifica bestiar boví, equí, oví i cabrum en convencional. Aquest escorxador està a l'espera d'estar certificat per a la producció ecològica.
Tots tres escorxadors presenten deficiències que es podrien millorar amb la incorporació de millores tècniques i bones pràctiques d'operació. Entre les millores a introduir es contempla la implantació d'un sistema informàtic que permeti etiquetar les canals de tal manera que el registre i la traçabilitat siguin de més fàcil gestió des del ramader fins al consumidor final. Aquesta millora fomentaria un ús més acurat de la marca de garantia als establiments.

Accions a desenvolupar:
- Realitzar visites als escorxadors.
- Realitzar reunions de coordinació amb els representants dels tres escorxadors.
- Establir un protocol de millores.
- Cercar exemple de sistemes de traçabilitat i etiquetatge dels productes carnis fins al consumidor final.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de reunions conjuntes
- Nombre de visites als escorxadors
- Sistema de traçabilitat informatitzat implantat

Interrelació amb altres accions:
- Millora i control de la traçabilitat del producte agroalimentari del Ripollès

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Escorxadors de Ripoll, Ribes de Freser i Camprodon
- Establiments adherits a la marca de garantia
- Associació de Ramaders del Ripollès
- Associació de Pastors del Ripollès
- Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès
- Cooperativa Ramadera de Molló
- Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.3**	**Estructuració de la cadena de valor del producte agroalimentari local**
Acció/projecte	**2.3.2**	**Millora i control de la traçabilitat del Producte del Ripollès**

Objectiu: controlar la traçabilitat del Producte del Ripollès.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
L'estratègia de promoció del Producte del Ripollès incorpora el seu logotip tant als productes com als punts de venda i degustació. L'objectiu d'aquesta identificació és que el client final pugui distingir els productes que formen part de la marca dels que no. Ripollès Desenvolupament, com a propietari de la marca, ha de vetllar perquè la traçabilitat del producte es garanteix des de l'origen fins al consumidor final. Aquesta tasca ja s'està fent, però manca d'un protocol d'actuació i d'una col·laboració més estreta amb els escorxadors de la comarca.
El projecte té per objectiu controlar tots els agents que fan ús de la imatge de Producte del Ripollès. Ja sigui per desconeixement o per valoracions econòmiques, no sempre se segueixen els criteris de compra que estableix la marca de garantia.

Accions a desenvolupar:
- Definir un protocol d'actuació per fer el seguiment dels productes que formen part de la marca de garantia Producte del Ripollès.
- Consensuar el protocol amb els agents implicats.
- Aplicar el protocol.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de punts de venda adherits a la marca
- Nombre de punts de degustació adherits a la marca
- Percentatge de controls realitzats respecte el total d'establiments
- Percentatge d'establiments que compleixen respecte el total d'establiments

Interrelació amb altres accions:
- Suport als escorxadors
- Seguiment dels compromisos de la Guia dels Productes Agroalimentaris del Ripollès

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Escorxadors de Ripoll, Ribes de Freser i Camprodon
- Establiments adherits a la marca de garantia
- Associació de Ramaders del Ripollès
- Associació de Pastors del Ripollès
- Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès
- Cooperativa Ramadera de Molló
- Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.3**	**Estructuració de la cadena de valor del producte agroalimentari local**
Acció/projecte	**2.3.3**	**Seguiment del compromisos de la Guia dels Productes Agroalimentaris del Ripollès**

Objectiu: realitzar un seguiment de les empreses adherides a la *Guia dels productes agroalimentaris*.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Des del 2013, gairebé un centenar d'empreses de la comarca van signar el compromís de la *Guia de Productes Agroalimentaris del Ripollès*, en la què es comprometien a fer ús de, com a mínim, un producte de la marca de garantia. Cal actualitzar aquestes dades per poder saber si, actualment, continuen tenint aquests productes, n'han incorporat de nous o si, n'han deixat de tenir, quin és el motiu. Mitjançant un qüestionari s'actualitzaran les dades de la *Guia de Productes Agroalimentaris del Ripollès*.
D'altra banda, s'identificaran nous establiments que per característiques (comerços agroalimentaris, restaurants, escoles, menjadors comunitaris) puguin incorporar el producte de km0 i, sobretot, els productes de la marca de qualitat "Productes del Ripollès", és a dir, que puguin ser intermediaris entre productor i consumidor. Un cop identificats els establiments, es realitzaran visites per presentar els diferents productes de la marca i aconseguir que els introdueixin en el seu dia a dia.
Per tal de fer el seguiment de la *Guia de Productes Agroalimentaris del Ripollès*, cal elaborar un protocol d'actuació per tal d'ordenar les diferents accions que cal portar a terme per poder assolir l'objectiu general.

Accions a desenvolupar:
- Revisar el directori d'establiments adherits a la *Guia dels productes agroalimentaris del Ripollès*.
- Identificar nous establiments que puguin, per les seves característiques, incorporar la marca de qualitat en els seus productes.
- Realitzar trucades telefòniques i/o correus electrònics per realitzar la posterior visita de seguiment o de comercialització de la marca de qualitat.
- Realitzar visites a les empreses per fer el seguiment i actualitzar, si és el cas, les dades facilitades anteriorment i conèixer el consum dels productes agroalimentaris.
- Actualitzar la base de dades d'establiments adherits a la *Guia dels productes agroalimentaris del Ripollès*.
- Actualitzar els apartats "Productes", "Punts de venda" i "Punts de degustació" del portal web www.productesdelripolles.com.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'establiments consultats
- Nombre d'establiments nous adherits a la marca
- Nombre de qüestionaris omplerts.
- Nombre d'empreses contactades.
- Nombre de comerços que incorporin el producte agroalimentari del Ripollès
- Nombre de nous productors membres de les associacions

Interrelació amb altres accions:
- Gestió i seguiment dels productes inclosos a la marca de garantia Producte del Ripollès
- Foment de la compra de producte local per part d'agents estratègics tant públics com privats

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Escorxadors de Ripoll, Ribes de Freser i Camprodon
- Establiments adherits a la marca de garantia

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.3**	**Estructuració de la cadena de valor del producte agroalimentari local**
Acció/projecte	**2.3.4**	**Empresa de distribució de producte local i de qualitat**

Objectiu: facilitar la distribució del Producte del Ripollès.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
S'ha detectat una manca d'iniciativa emprenedora en el moment de vendre i distribuir molts dels productes del Ripollès. Molts ramaders produeixen un producte molt bo, però no estan preparats per anar a vendre'l. S'identifica una necessitat d'organitzar una part de la venda del Producte del Ripollès per poder-lo distribuir a més establiments, tant de la comarca com dels territoris veïns.
Manca per determinar el caràcter de l'empresa nova que es constitueixi. Aquesta acció requereix d'un treball conjunt entre els diferents agents productius per tal d'identificar les opcions, els recursos i les voluntats per articular un projecte nou que doni resposta a les necessitats detectades.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre reunions de debat organitzades
- Persones interessades en l'empresa de distribució
- Posada en funcionament de l'empresa de distribució

Interrelació amb altres accions:
- Gestió i dinamització de les associacions agroalimentàries de Producte del Ripollès creades des de RD
- Assessorament tècnic i econòmic per la petita empresa
- Accions innovadores intersectorials

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Escorxadors de Ripoll, Ribes de Freser i Camprodon
- Establiments adherits a la marca de garantia
- Associació de Ramaders del Ripollès
- Associació de Pastors del Ripollès
- Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès
- Cooperativa Ramadera de Molló
- Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès
- Associacions de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès
- Associació Professional d'Empresaris d'Hostaleria de la comarca del Ripollès
- Els Fogons de la Vall de Ribes
- Les Cuines de la Vall de Camprodon

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.4**	**Formació i sensibilització per a persones i empreses**
Acció/projecte	**2.4.1**	**Organització de jornades i/o cursos**

Objectiu: oferir formació continua als professionals en actiu del sector agroalimentari.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès i àrea d'influència

Descripció:
La formació continua per als professionals del sector agroalimentari s'ha detectat com una necessitat des de diferents àmbits, tant per temes de maneig i gestió, com de documentació sobre normatives noves que afecten el sector, o sobre noves maneres de vendre els seus productes.

Accions a desenvolupar:

- Convocar reunions amb els representants del sector per decidir quines jornades i cursos necessiten.
- Organització i coordinació de les jornades i cursos.
- Preparació de la base de dades i enviament de correus electrònics.
- Promoció i difusió de les jornades mitjançant edició de material promocional, rodes de premsa i presentació d'aquestes als mitjans de comunicació.
- Redactar les memòries, preparar i enviar la documentació necessària per a la justificació tècnica i econòmica del cost de les jornades.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de jornades realitzades
- Nombre de cursos realitzats
- Nombre d'assistents
- Valoració dels assistents i dels ponents

Interrelació amb altres accions:
- Gestió i dinamització de les associacions agroalimentàries de Producte del Ripollès creades per RD
- Suport a altres associacions i cooperatives agroalimentàries del Ripollès
- Accions innovadores intersectorials
- Espai Test Agrari:incubadora d'emprenedors agraris
- Espai Test Gastronòmic: incubadora d'emprenedors gastronòmics

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Associació Leader Ripollès Ges Bisaura
- Oficina Comarcal del Departament d'Agricultura
- Escola de Capacitació Agrària de l'Empordà
- Escola de Capacitació Agrària de Manresa
- Associació de Ramaders del Ripollès
- Associació de Pastors del Ripollès
- Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès
- Cooperativa Ramadera de Molló
- Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès
- Associacions de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.4**	**Formació i sensibilització per a persones i empreses**
Acció/projecte	**2.4.2**	**Integració de la formació agrària i culinària**

Objectiu: donar eines als futurs professionals agraris i gastronòmics per entendre tota la cadena de valor del producte local.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès i àrea d'influència

Descripció:
Els futurs professionals, tant de camp com dels fogons, són el jovent que actualment s'està formant. Tradicionalment els estudis agraris i els culinaris no han compartint cap part del seu currículum formatiu. Actualment la tendència a valorar els productes de proximitat requereix que els alumnes, tant d'especialitats agràries com culinàries, tinguin un coneixement més acurat de tot el procés des de la producció fins al plat. Es proposa fomentar accions que integren una part del currículum acadèmic dels estudiants.

Accions a desenvolupar:
- Identificar els centres que imparteixen formació agrària i culinària a l'àrea d'influència del Ripollès.
- Conèixer d'una manera acurada com es treballa actualment el vincle entre les dues formacions.
- Proposar accions d'integració per als propers cursos acadèmics.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de centres educatius participants
- Nombre d'alumnes participants
- Nombre d'accions executades de manera integrada
- Nombre de projectes realitzats de manera integrada

Interrelació amb altres accions:
- Divulgació del producte local als centres educatius del Ripollès
- Espai Test Agrari:incubadora d'emprenedors agraris
- Espai Test Gastronòmic: incubadora d'emprenedors gastronòmics

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Aula d'Hostaleria del Ripollès
- IES Abat Oliva
- Escola de Capacitació Agrària de l'Empordà
- Escola de Capacitació Agrària de Manresa
- IES de la Garrotxa
- Escola de Pagesia i Activitat Pastoral

Línia estratègica	**2**	**Professionalització, innovació, formació i sensibilització**
Programa	**2.4**	**Formació i sensibilització per a persones i empreses**
Acció/projecte	**2.4.3**	**Antena d'altres centres de formació**

Objectiu: articular una xarxa formativa amb centres d'altres territoris.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès i àrea d'influència

Aquest projecte fa referència a tots els sectors de la cadena de valor del producte local des de la producció fins al consum final.
Pel que fa a la part de formació gastronòmica, i per tal de situar l'Aula d'Hostaleria com un referent en cuina de muntanya al Ripollès, és necessari que estigui connectada amb altres centres de característiques similars. Formar part d'una xarxa especialitzada en cuina de muntanya és una manera d'aportar prestigi, contactes i recursos a l'Aula d'Hostaleria del Ripollès, així com a tot el sector professional de la comarca.
Pel que fa a la part agrària, des de l'any 2010, el Consorci Ripollès Desenvolupament és una delegació de l'Escola de Pagesia i activitat pastoral de Catalunya. Les tasques que fins ara s'han desenvolupat han estat bàsicament les de seguiment de les pràctiques dels alumnes que les realitzen en explotacions ramaderes del Ripollès. Queda oberta la possibilitat a què Ripollès desenvolupament esdevingui antena d'altres centres de formació agrària.

Accions a desenvolupar:
- Realitzar una cerca dels centres de formació especialitzats en cuina de muntanya.
- Valorar les sinergies i els convenis de col·laboració que es poden establir.
- Mantenir una relació fluida amb l'Escola de Pagesia i Activitat Pastoral.
- Realitzar les visites a les explotacions ramaderes on hi hagi alumnes de l'Escola de Pagesia i Activitat Pastoral realitzant les pràctiques per poder-los fer el seguiment.
- Fomentar els intercanvis entre centres formatius.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de centres de formació contactats
- Nombre de convenis establers
- Nombre d'intercanvis realitzats
- Nombre de projectes compartits amb altres centres

Interrelació amb altres accions:
- Accions innovadores intersectorials
- Espai Test Agrari: incubadora d'emprenedors agraris
- Espai Test Gastronòmic: incubadora d'emprenedors gastronòmics
- Formació i assessorament en cuina de muntanya
- Organització de jornades i/o cursos
- Integració de la formació agrària i culinària

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Aula d'Hostaleria del Ripollès
- Associació d'Hostaleria del Ripollès
- Els Fogons de la Vall de Ribes
- Les Cuines de la Vall de Camprodon
- IES Abat Oliva
- Escola de Capacitació Agrària de l'Empordà
- Escola de Capacitació Agrària de Manresa
- IES de la Garrotxa
- Escola de Pagesia i Activitat Pastoral

Línia estratègica	**3**	**Comunicació, difusió i promoció dels productes agroalimentaris de qualitat del Ripollès**
Programa	**3.1**	**Promoció del Producte del Ripollès**
Acció/projecte	**3.1.1**	**Estudi de viabilitat d'una botiga-restaurant-punt d'informació**
Objectiu: augmentar les vendes i el prestigi del Producte del Ripollès.		**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
El Producte del Ripollès és d'una qualitat excel·lent, però no disposa dels mecanismes suficients per arribar al mercat d'una manera que incrementi les vendes de producte. A més, també hi ha producte que es produeix al Ripollès però que no forma part de la marca de garantia perquè no li suposa un increment de les seves vendes.
Es projecta una botiga-restaurant-punt d'informació a una ciutat (s'ha d'estudiar quina) com un punt d'ancoratge per:
- Vendre Producte del Ripollès fora de la comarca, tant al detall a la botiga, com a altres clients (canal HORECA, menjadors escolars, cooperatives de consum, etc).
- Organitzar sessions de presentació de producte per explicar als consumidors les qualitats del Producte del Ripollès i el valor de la seva compra.
- Tenir un espai de degustació del Producte del Ripollès: el restaurant. Aquest ha de néixer amb una filosofia molt clara per treballar el producte local i ecològic, amb els criteris del moviment Slow Food. El restaurant s'ha de projectar com un referent català en la cuina vinculada al territori, tant amb productes del Ripollès com amb altres productes de qualitat, amb l'especificitat de la cuina de muntanya. Aquest restaurant podria ser el restaurant d'aplicació dels alumnes del Cicle Superior de Cuina de l'Aula d'Hostaleria del Ripollès, una de les seus de l'Espai Test Gastronòmic.
- Donar informació turística i vendre paquets turístics. El mateix establiment pot actuar com a antena de les oficines de turisme que ja existeixen a la comarca.

Aquest espai es projecta com un element estratègic a mig termini per situar el sector agrari i gastronòmic del Ripollès com un referent en la integració del producte local i ecològic al món gastronòmic.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de referències de Producte del Ripollès
- Nombre de referències de CCPAE
- Volum de facturació de la botiga
- Volum de facturació del restaurant
- Nombre de comensals al restaurants
- Nombre de persones ateses al Punt d'Informació
- Nombre de paquets turístics venuts
- Nombre d'activitats de divulgació de producte a la botiga
- Nombre de notícies generades

Interrelació amb altres accions:
- Foment d'orientacions productives innovadores en zones de muntanya
- Gestió i dinamització de les associacions de Producte del Ripollès
- Espai Test Gastronòmic: incubadora d'emprenedors agraris
- Pla de comunicació de Productes del Ripollès

Agents socials i econòmics implicats:
- Diputació de Girona
- Ripollès Desenvolupament
- Associació Leader Ripollès Ges Bisaura
- Associació de Ramaders del Ripollès
- Associació de Pastors del Ripollès
- Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès
- Cooperativa Ramadera de Molló
- Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès
- Associacions de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès
- Associació Professional d'Empresaris d'Hostaleria de la comarca del Ripollès
- Els Fogons de la Vall de Ribes
- Les Cuines de la Vall de Camprodon
- Patronat de Turisme Costa Brava Pirineus de Girona

Línia estratègica	**3**	**Comunicació, difusió i promoció dels productes agroalimentaris de qualitat del Ripollès**
Programa	**3.1**	**Promoció del Producte del Ripollès**
Acció/projecte	**3.1.2**	**Pla de comunicació de Productes del Ripollès**

Objectiu: donar a conèixer i transmetre la marca de garantia Producte del Ripollès.	**Àmbit geogràfic:** Catalunya

Descripció:
Des de la creació del Producte del Ripollès s'han portat a terme moltes actuacions de promoció i difusió de la marca. Tot i així, no existeix un Pla de comunicació del Producte del Ripollès. Per tal de focalitzar els esforços i poder mesurar el impacte de les accions de comunicació és necessari disposar d'un Pla de comunicació on es planifiquin, es prioritzin i es pressupostin les accions a portar a terme.
El Pla de comunicació ha d'incloure totes les mesures i accions que afectin la marca de garantia Producte del Ripollès. Entre altres s'han de tenir en compte:
- La definició del públic objectiu i del missatge
- Els canals de comunicació existents i els prioritaris
- La gestió de la web i de les xarxes socials
- La publicitat i el màrqueting

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de notes de premsa creades
- Nombre de seguidors al Facebook
- Nombre d'entrades a la web productesdelripolles.com
- Nombre de peces publicitàries creades
- Nombre de notícies generades

Interrelació amb altres accions:
- Gestió i dinamització de les associacions agroalimentàries de Producte del Ripollès creades des de RD
- Gestió i actualització de la web i de les xarxes socials del Producte del Ripollès

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament

Línia estratègica	**3**	**Comunicació, difusió i promoció dels productes agroalimentaris de qualitat del Ripollès**
Programa	**3.1**	**Promoció del Producte del Ripollès**
Acció/projecte	**3.1.3**	**Gestió i actualització de la web i les xarxes socials de Producte del Ripollès**

Objectiu: Gestió i actualització de la pàgina web de Producte del Ripollès i de la xarxa social facebook.	**Àmbit geogràfic:** Catalunya

Descripció:
És necessari gestionar la pàgina web www.productesdelripolles.com i la pàgina de facebook www.facebook.com/productesdelripolles segons el pla de comunicació redactat. S'haurà de generar, com a mínim, contingut setmanalment amb notícies i/o informacions de Producte del Ripollès. Actualment, Producte del Ripollès només és present en una xarxa social, es valorarà si és necessari crear-ne un de nou, com pot ser Twitter (per nombre d'usuaris i públic). D'altra banda, cal fer una recerca de diversos portals gastronòmics i agroalimentaris en els quals hi pugui haver referències de la marca de qualitat i fer la supervisió de la informació que transmeten, si és el cas, o, simplement, fer-ne arribar perquè s'inclogui.

Accions a desenvolupar:
- Actualitzar la pàgina web www.productesdelripolles.com
- Actualitzar i gestionar les xarxes socials existents.
- Valorar si és necessari la creació d'un nova xarxa social.
- Cercar portals gastronòmics i de producte on pugui aparèixer informació de Producte del Ripollès i supervisar-la.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de seguidors al Facebook
- Nombre d'entrades a la web productesdelripolles.com
- Nombre de noves xarxes socials creades

Interrelació amb altres accions:
- Pla de comunicació de Productes del Ripollès
- Accions innovadores intersectorials
- Organització de jornades i/o cursos

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament

Línia estratègica	**3**	**Comunicació, difusió i promoció dels productes agroalimentaris de qualitat del Ripollès**
Programa	**3.1**	**Promoció del Producte del Ripollès**
Acció/projecte	**3.1.4**	**La Caravana del Producte del Ripollès**

Objectiu: difondre el Producte del Ripollès a la comarca i fora de la comarca.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Una de les noves tendències, a escala mundial, en el món gastronòmic són els vehicles mòbils "Food trucks", que ofereixen tot tipus de menjar. Veure'm en els propers anys caravanes d'aquest tipus de producte tant per vendre directament com per fer promoció.
La Caravana del Producte del Ripollès compleix les següents funcions:
- Donar a conèixer el Producte del Ripollès, tant a la comarca com a fora de la comarca. És una manera original de facilitar el tast i el coneixement dels diferents productes que formen part de la marca de garantia.
- Fer una tasca comercial de captació de nous clients, tant a la comarca com a fora de la comarca.
- Esdevenir una eina de màrqueting modern vinculant l'activitat de la Caravana del Producte del Ripollès a una estratègia 2.0 a les xarxes socials. Quan la Caravana es mou pel territori, genera notícies, interès i prestigi.
- Generar una imatge dinàmica del territori per atreure turisme gastronòmic.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de productors que hi participen
- Nombre d'esdeveniments als que assisteix
- Nombre de clients captats en origen
- Nombre de notícies generades

Interrelació amb altres accions:
- Accions innovadores intersectorials
- Divulgació del producte local i ecològic als centres educatius del Ripollès
- Gestió i dinamització de les associacions de Producte del Ripollès
- Pla de comunicació de Producte del Ripollès

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Associació Leader Ripollès Ges Bisaura
- Associació de Ramaders del Ripollès
- Associació de Pastors del Ripollès
- Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès
- Cooperativa Ramadera de Molló
- Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès
- Associacions de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès
- Associació Professional d'Empresaris d'Hostaleria de la comarca del Ripollès
- Els Fogons de la Vall de Ribes
- Les Cuines de la Vall de Camprodon

Línia estratègica	**3**	**Comunicació, difusió i promoció dels productes agroalimentaris de qualitat del Ripollès**
Programa	**3.1**	**Promoció del Producte del Ripollès**
Acció/projecte	**3.1.5**	**Calendari del Producte del Ripollès**

Objectiu: promocionar el Producte del Ripollès d'una manera divertida.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Les associacions tant de productors com de cuiners es troben en un moment de poca activitat i d'ànims baixos. Per tal de treballar un projecte creatiu que els impliqui es proposa elaborar un calendari on el fil conductor sigui el Producte del Ripollès, i on es treballin els continguts d'una manera divertida.
La realització del calendari té les següents finalitat:
- Motivar i implicar els actors que formen part de la cadena de valor del Producte del Ripollès.
- Donar informació sobre el Producte del Ripollès i vincular-lo a la seva temporalitat.
- Esdevenir un element de comunicació atractiu i suggerent.
- Recaptar diners per portar a terme altres projectes de promoció, com per exemple el *d'Artistes de la Terra*.
- Generar notícies: seguir el making-off a través de les xarxes socials, realitzar entrevistes als agents implicats, etc.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'agents implicats
- Nombre de calendaris venuts
- Nombre de notícies generades

Interrelació amb altres accions:
- Accions innovadores intersectorials
- Gestió i dinamització de les associacions de Producte del Ripollès
- Pla de comunicació de Productes del Ripollès
- *Artistes de la terra*: banda sonora del Producte

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Associació Leader Ripollès Ges Bisaura
- Associació de Ramaders del Ripollès
- Associació de Pastors del Ripollès
- Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès
- Cooperativa Ramadera de Molló
- Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès
- Associacions de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès
- Associació Professional d'Empresaris d'Hostaleria de la comarca del Ripollès
- Els Fogons de la Vall de Ribes
- Les Cuines de la Vall de Camprodon

Línia estratègica	**3**	**Comunicació, difusió i promoció dels productes agroalimentaris de qualitat del Ripollès**
Programa	**3.1**	**Promoció del Producte del Ripollès**
Acció/projecte	**3.1.6**	***Artistes de la terra*: banda sonora del Producte del Ripollès**

Objectiu: difondre el Producte del Ripollès i el valor de la pagesia entre el jovent.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
La promoció del Producte del Ripollès ha d'arribar a tots els públics. Una manera d'accedir al més jove és a través de la música. El projecte "Artistes de la terra" té per objectiu donar a conèixer el món agrari, els productes locals i la seva gastronomia a través de la música.
Al Ripollès ha nascut una de les bandes catalanes referents actualment en el món de la música: Txarango. L'acostament del producte local al jovent a través de la cultura, compta amb aquest agent local de dinamització. S'identifica el grup musical Txarango com el motor de la proposta, al mateix temps que es proposen altres artistes que formaran part del projecte.
L'argument de crear una banda sonora del Producte del Ripollès és escriure cançons noves on les lletres facin referència a la pagesia, al món rural, al producte local, als plats cuinats, a les festes vinculades al producte local, a les fires ramaderes, a la transhumància, etc. Al mateix temps, el procés creatiu genera vincles de confiança entre els actors implicats.
El CD de música és un recurs que dóna molt de joc. Per exemple, es pot vincular amb paquets de música i sopar, com es fa a *Sons del Món, Vi&Music a l'Empordà*. El fil conductor són els grups de música que han fet les cançons, els productes que s'han fet servir i els restaurants que els cuinen.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'artistes implicats
- Nombre d'agents de la cadena de valor implicats
- Nombre de CD's venuts
- Nombre de notícies generades

Interrelació amb altres accions:
- Accions innovadores intersectorials
- Divulgació del producte local i ecològic als centres educatius del Ripollès
- Gestió i dinamització de les associacions de Producte del Ripollès
- Campanya de comunicació de Producte del Ripollès

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Associació de Ramaders del Ripollès
- Associació de Pastors del Ripollès
- Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès
- Cooperativa Ramadera de Molló
- Associació de Carnissers i Xarcuters del Ripollès
- Associacions de Petits Elaboradors Agroalimentaris del Ripollès
- Associació Professional d'Empresaris d'Hostaleria de la comarca del Ripollès
- Els Fogons de la Vall de Ribes
- Les Cuines de la Vall de Camprodon
- Txarango
- Altres formacions musicals de la comarca i de fora
- Patronat de Turisme Costa Brava Pirineus de Girona

Línia estratègica	**3**	**Comunicació, difusió i promoció dels productes agroalimentaris del Ripollès**
Programa	**3.2**	**Foment d'una alimentació saludable lligada al territori**
Acció/projecte	**3.2.1**	**Empresa d'inserció vinculada a l'Aula d'Hostaleria del Ripollès**

Objectiu: generar ocupació de qualitat per a perfils en risc d'exclusió social.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Les dades d'atur i la tipologia de persones majors de 45 anys que actualment no troben feina al Ripollès, motiva la creació d'una empresa d'inserció per facilitar l'entrada al món laboral de persones en risc d'exclusió social.
Des de Ripollès Desenvolupament es va elaborar un estudi sobre la **viabilitat d'una empresa de càtering vincula a l'Aula d'Hostaleria del Ripollès**. A l'estudi es contemplava donar servei als menjadors escolars, a les persones grans en situació de dependència i als centres de treball i residències. Aquest estudi va quedar aturat. Es considera oportuna la seva revisió per avaluar si continuen vigents les necessitats i els objectius que es plantejaven llavors.
Una altra de les necessitats detectades a l'Estudi de compravenda del producte agroalimentari del Ripollès és que actualment no existeix cap empresa a la comarca que distribueixi el producte local de diferents productors. Aquest servei és una demanda, tant dels restaurants com dels petits comerços, que asseguren que augmentarien les seves compres de producte local si la distribució estigués més ordenada i fos més eficient. Es considera oportú estudiar la possibilitat de crear una **empresa d'inserció que es dediqués a la distribució de producte local i de qualitat** als establiments de la comarca.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de llocs de treballat generats
- Percentatge de dones respecte el total

Interrelació amb altres accions:
- Foment d'orientacions productives innovadores en zones de muntanya
- Foment de la compra de producte local per part d'agents estratègics tant públics com privats
- Menjadors escolars saludables
- Control de la traçabilitat de Producte del Ripollès
- Gestió i dinamització de les associacions de Producte del Ripollès
- Coneixement del productes de qualitat catalans
- Empresa de distribució de producte local i de qualitat

Agents socials i econòmics implicats:
- Diputació de Girona
- Ripollès Desenvolupament
- Associació Leader Ripollès Ges Bisaura

Línia estratègica	**3**	**Comunicació, difusió i promoció dels productes agroalimentaris del Ripollès**
Programa	**3.2**	**Foment d'una alimentació saludable lligada al territori**
Acció/projecte	**3.2.2**	**Estudi sobre les qualitats de la carn de les races autòctones del Ripollès**

Objectiu: conèixer les propietats diferencials de la carn de les races autòctones del Ripollès.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Els productes agroalimentaris del Ripollès es caracteritzen pels animals de pastura: vedells, poltres, xais i cabrits. Aquesta carn és coneguda per les seves qualitats nutritives i culinàries. Existeixen diversos estudis portats a terme pels centres de recerca especialitzats sobre la qualitat de la carn, sobretot pel que fa a la vedella i el xai, però manquen estudis més acurats pel que fa a les races autòctones del Ripollès: vaca bruna, ovella ripollesa i cavall pirinenc català.
La finalitat d'estudiar la qualitat de la carn és posar en valor el model productiu del Ripollès, així com singularitzar l'oferta gastronòmica de la comarca. L'estudi ha de fer èmfasi en el vincle del producte amb com es cuina i quines característiques té en funció de l'edat de l'animal, el temps de maduració, l'època de l'any, etc.

Accions a desenvolupar:
- Revisar els estudis realitzats sobre la qualitat de la carn, especialment de la de pastura a la muntanya.
- Establir un conveni de col·laboració amb un Centre de Recerca per portar a terme els estudis que encara no estiguin fets i que aportin coneixement nou pel que fa a la qualitat de la carn que es produeix al Ripollès.
- Traslladar els resultats perquè siguin aplicables pels consumidors finals (restaurants, carnisseries, escoles, centres sanitaris, etc).

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'estudis revisats
- Nombre d'espècies estudiades
- Sessions de formació amb els agents locals.

Interrelació amb altres accions:
- Foment d'orientacions productives innovadores en zones de muntanya
- Foment de la compra de producte local per part d'agents estratègics tant públics com privats
- Menjadors escolars saludables
- Divulgació del producte local als centres educatius del Ripollès
- Estudi sobre la cuina de muntanya: passat, present i futur

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Associació Leader Ripollès Ges Bisaura
- Associació de Ramaders del Ripollès
- Associació de Pastors del Ripollès
- Associació de Criadors d'Eugues de Muntanya del Ripollès
- Cooperativa Ramadera de Molló
- Federació Catalana de la raça Bruna dels Pirineus
- Associació Nacional de Criadors d'Oví de Raça Ripollesa
- Federació Cavall Pirinenc Català
- IRTA

Línia estratègica	**3**	**Comunicació, difusió i promoció dels productes agroalimentaris del Ripollès**
Programa	**3.2**	**Foment d'una alimentació saludable lligada al territori**
Acció/projecte	**3.2.3**	**Foment de la compra de producte local per part d'agents estratègics comarcals**

Objectiu: incrementar les vendes de producte local a la comarca.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Malgrat l'alimentació saludable i el producte local tenen cada vegada més prestigi, encara resta molta feina de sensibilització a fer, sobretot en els grans centres de consum que encara prioritzen el preu davant altres valors com la qualitat o la implicació socioeconòmica al territori.
La tardor de 2013 es va presentar la campanya "Curtcircuit, per una alimentació propera, sana i justa", on l'objectiu es treballar per una compra pública de productes de proximitat per tal d'enfortir el teixit productiu local, generar ocupació de qualitat i reduir la contaminació que generen els desplaçaments d'aliments quilomètrics. El 30 d'abril de 2014 el Parlament de Catalunya va votar a favor de la proposta de resolució que orienta les compres públiques alimentàries de la Generalitat de Catalunya cap a un sistema més just i de proximitat.
Accions a desenvolupar:
- Analitzar quines entitats públiques i privades estan incorporant criteris de compra local a Catalunya.
- Identificar els agents estratègics comarcals que pel seu volum de compra és interessant que participin del projecte.
- Generar un document que faciliti clàusules de licitació que afavoreixin la compra d'aliments basats en una producció local, incloent-hi criteris de sostenibilitat.
- Assessorar els agents estratègics comarcals en l'adopció de mesures que assegurin el criteri de compra local en les seves decisions estratègiques.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'entitats assessorades per incorporar criteris de compra sostenible.
- Nombre d'empreses públiques que incorporin criteris de compra sostenible
- Nombre d'empreses privades que incorporin criteris de compra sostenible
- Nombre de productes de Producte del Ripollès introduïts

Interrelació amb altres accions:
- Empresa d'inserció vinculada a l'Aula d'Hostaleria del Ripollès
- Estudi sobre les qualitats de la carn de les races autòctones del Ripollès
- Menjadors escolars saludables
- Coneixement de productes de qualitat catalans

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Consell Comarcal del Ripollès

Línia estratègica	**3**	**Comunicació, difusió i promoció dels productes agroalimentaris del Ripollès**
Programa	**3.2**	**Foment d'una alimentació saludable lligada al territori**
Acció/projecte	**3.2.4**	**Menjadors escolars saludables**

Objectiu: incorporar producte local i ecològic als menjadors escolars del Ripollès.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
El menjador escolar és un espai educatiu de primer ordre. Malauradament, en la major part de menjadors escolars esdevé un espai buit de contingut. A Catalunya es treballa des de l'any 2006 pel foment de menjadors escolars saludables, amb un doble objectiu: millorar l'alimentació dels infants i educar-los en hàbits alimentaris saludables.

Accions a desenvolupar:
- Conèixer les actuacions que s'han portat a terme des d'altres Consells Comarcals de Catalunya, com per exemple Vallès Oriental, Urgell o Berguedà.
- Conèixer les dinàmiques actuals dels menjadors escolars de la comarca i identificar el interès de les escoles en la introducció del producte local i ecològic als menjadors.
- Crear una taula de treball per començar a articular d'una manera conjunta el foment dels menjadors escolars saludables al Ripollès.
- Generar un document que faciliti clàusules de licitació que afavoreixin la compra d'aliments basats en una producció local, incloent-hi criteris de sostenibilitat.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre de centres educatius adherits al projecte
- Nombre d'aliments locals introduïts al menjador escolar
- Nombre d'aliments CCPAE introduïts al menjador escolar

Interrelació amb altres accions:
- Empresa d'inserció vinculada a l'Aula d'Hostaleria del Ripollès
- Estudi sobre les qualitats de la carn de les races autòctones del Ripollès
- Divulgació del producte local als centres educatius del Ripollès
- Coneixement de productes de qualitat catalans

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Associació Leader Ripollès Ges Bisaura
- Consell Comarcal del Ripollès
- Centre de Recursos Pedagògics del Ripollès
- Centres educatius del Ripollès
- Associació Menjadors Escolars Ecològics

Línia estratègica	**3**	**Comunicació, difusió i promoció dels productes agroalimentaris del Ripollès**
Programa	**3.2**	**Foment d'una alimentació saludable lligada al territori**
Acció/projecte	**3.2.5**	**Divulgació del producte local i ecològic als centres educatius del Ripollès**

Objectiu: sensibilitzar els infants entorn el producte local i ecològic.	**Àmbit geogràfic:** Ripollès

Descripció:
Per poder consumir producte local d'una manera natural i quotidiana, cal tenir l'hàbit instaurat. Una de les maneres més clares per treballar la sensibilització envers el producte local i ecològic és començar a l'escola. Des de fa uns anys a Catalunya es porten a terme moltes activitats de divulgació i sensibilització per als infants i el jovent. Es poden consultar molts d'aquests projectes a la pàgina web de la Fundació Casademont, qui cada any atorga les beques "Educant Menjant", pel foment de l'alimentació saludable entre els infants. A la Vall de Camprodon es porta a terme el projecte "Ens mengem la Vall", que va ser becat per la Fundació Casademont l'any 2011, promogut per les Cuines de la Vall de Camprodon.

Accions a desenvolupar:
- Analitzar com estan treballant les escoles del Ripollès el producte local i ecològic.
- Realització d'una jornada de treball on l'escola de Camprodon expliqui a la resta de centres educatius la seva experiència en portar a terme el projecte "Ens Mengem la Vall".
- Valorar la possibilitat de fer extensiu el projecte, amb les seves adaptacions corresponents, a altres escoles del Ripollès.
- Creació de projectes nous per divulgar els valors del producte local i ecològic als centres educatius del Ripollès.

Indicadors d'avaluació:
- Nombre d'escoles participants
- Nombre d'activitats realitzades

Interrelació amb altres accions:
- Integració de la formació agrària i culinària
- Estudi sobre les qualitats de la carn de les races autòctones del Ripollès
- Menjadors escolars saludables

Agents socials i econòmics implicats:
- Ripollès Desenvolupament
- Associació Leader Ripollès Ges Bisaura
- Consell Comarcal del Ripollès
- Mancomunitat de la Vall de Camprodon
- Centre de Recursos Pedagògics del Ripollès
- Centres educatius del Ripollès
- Associació Menjadors Escolars Ecològics

Annex 1: Indicadors municipals de l'àmbit agroalimentari del Ripollès

En aquest annex s'adjunten els indicadors a escala municipal que millor resumeixen les dades de l'anàlisi estratègica del sector agroalimentari de la comarca del Ripollès.

Pel que fa a les orientacions productives, les dades han estat treballades a partir de la base de dades del SIR de l'oficina comarcal del Ripollès. S'ha fet una feina de depuració de les dades per treure les explotacions que no són representatives del sector productiu de la comarca. Aquesta tasca s'ha portat a terme amb el tècnic de l'oficina comarcal, Pere Bartrina.

Pel que fa a la taula d'indicadors cal tenir en compte les següents anotacions:

- **Nombre d'explotacions (2009):** fa referència a les explotacions censades a partir del cens agrari que porta a terme cada deu anys l'Institut d'Estadística d'Espanya (INE) i que es treballen conjuntament amb l'Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT). Actualització: cada 10 anys.
- **DUN (2014):** Declaració Única Agrària, que és la declaració anual que de forma obligatòria ha de realitzar la persona titular de l'explotació agrària que vulgui sol·licitar determinats ajuts i/o hagi d'efectuar determinades declaracions. Actualització: anual.
- **EAP (2014):** Explotacions Agràries Prioritàries que declaren la DUN. Actualització: anual.
- **CCPAE (2014):** nombre d'operadors donats d'alta del Consell Català de la Producció Agrària Ecològica. Actualització: anual.
- **UTA total (2014):** Unitats de Treball Agrari de les explotacions que declaren la DUN. Actualització: anual.
- **UTA assalariada (2014):** són les Unitats de Treball Agrari assalariades de les explotacions que declaren la DUN. Actualització: anual.
- **Mitjana de Renda (2014):** és el percentatge respecte la Renda de referència, indicador relatiu als salaris bruts no agraris a Espanya. La determinació anual de la seva quantia es calcula en concordança amb el que preveu sobre això la normativa de la Comunitat Europea i tenint en compte les dades de salaris que publica l'Institut Nacional d'Estadística. Actualització: anual.

- **Joves incorporats (2007-2013):** total de joves incorporats amb la mesura 112 del Programa de Desenvolupament Rural de Catalunya. Actualització: cada 7 anys.
- **> 65 anys:** persones majors de 65 anys que declaren la DUN. Actualització: anual.
- **< 40 anys:** persones menors de 40 anys que declaren la DUN. Actualització: anual.
- **Dones titulars:** dones titulars d'explotacions agràries que declaren la DUN. Actualització: anual.
- **Venda de proximitat (2014):** nombre d'empreses adherides al Decret de Venda de Proximitat. Actualització: anual.
- **Beneficiaris Ajuts Leader (2007-2013):** empreses beneficiàries del Programa Leader de l'Associació Leader Ripollès Ges Bisaura. Actualització: cada 7 anys.
- **Productors de Producte del Ripollès (2014):** socis productors de les associacions que formen part de la marca de garantia Producte del Ripollès. Actualització: anual.
- **Punts de venda Producte del Ripollès (2014):** establiments adherits als compromisos de la Guia dels Productes Agroalimentaris del Ripollès. Actualització: anual.
- **Punts de degustació Producte del Ripollès (2014):** restaurants adherits als compromisos de la Guia dels Productes Agroalimentaris del Ripollès. Actualització: anual.

Campdevànol

Orientacions Productives	Campdevànol (2014)				
	Explot.	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles
Boví de carn	18	281	58	1019	728
Boví de llet	0	0	0	0	0
Oví de carn	12	583	250	2971	1326
Oví de llet	2	0	0	112	83
Cabrum de carn	5	51	11	151	80
Cabrum de llet	2	0	0	70	49
Equí de carn	4	0	0	25	11
Porcí	7	3594	3160	1	1
Gallines i pollastres	4	65	12	0	0
Conill	1	300	0	100	2
Abelles	2	45	15	0	0

Indicador	Campdevànol
Nombre explotacions (2009)	29
DUN (2014)	18
EAP (2014)	8
CCPAE (2014)	5
UTA total (2014)	17,5
UTA assalariada (2014)	0
Mitjana de Renda (2014)	95,51%
Joves incorporats (2007-13)	5
> 65 anys	4
< 40 anys	3
Dones titulars	2
Venda proximitat (2014)	5
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	6
Productors de Producte del Ripollès (2014)	8
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	4
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	4

Campelles

Orientacions Productives	Campelles (2014)				
	Explot.	capacitat engreix	cens engreix	capacitat femelles	cens femelles
Boví de carn	7	24	0	294	134
Boví de llet	1	0	0	26	17
Oví de carn	1	0	0	18	15
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	0	0	0	0	0
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	3	5	0	45	18
Porcí	0	0	0	0	0
Gallines i pollastres	4	20	0	31	10
Conill	0	0	0	0	0
Abelles	0	0	0	0	0

Indicador	Campelles
Nombre explotacions (2009)	12
DUN (2014)	7
EAP (2014)	2
CCPAE (2014)	2
UTA total (2014)	4,2
UTA assalariada (2014)	0
Mitjana de Renda (2014(	49,3%
Joves incorporats (2007-13)	0
> 65 anys	3
< 40 anys	1
Dones titulars	0
Venda proximitat (2014)	0
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	0
Productors de Producte del Ripollès (2014)	0
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	0
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	1

Camprodon

Orientacions Productives	Camprodon (2014)				
	Explot.	capacitat engreix	cens engreix	capacitat femelles	cens femelles
Boví de carn	31	155	54	1700	1199
Boví de llet	0	0	0	0	0
Oví de carn	8	0	0	218	37
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	6	0	0	218	37
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	8	1	1	103	54
Porcí	8	1347	1302	1	1
Gallines i pollastres	8	60	87	90	49
Conill	0	0	0	0	0
Abelles	0	0	0	0	0

Indicador	Camprodon
Nombre explotacions (2009)	56
DUN (2014)	25
EAP (2014)	17
CCPAE (2014)	9
UTA total (2014)	26,3
UTA assalariada (2014)	1
Mitjana de Renda (2014)	59,37%
Joves incorporats (2007-13)	1
> 65 anys	3
< 40 anys	5
Dones titulars	7
Venda proximitat (2014)	1
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	15
Productors de Producte del Ripollès (2014)	0
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	4
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	2

Gombrèn

Orientacions Productives	Gombrèn (2014)				
	Explot.	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles
Boví de carn	7	28	0	322	162
Boví de llet	0	0	0	0	0
Oví de carn	2	100	0	820	458
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	3	20	0	72	33
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	4	0	0	44	18
Porcí	0	0	0	0	0
Aviram	0	0	0	0	0
Conill	0	0	0	0	0
Abelles	1	2	0	550	473

Indicador	Gombrèn
Nombre explotacions (2009)	8
DUN (2014)	9
EAP (2014)	4
CCPAE (2014)	2
UTA total (2014)	8,6
UTA assalariada (2014)	0
Mitjana de Renda (2014)	78,16%
Joves incorporats (2007-13)	0
> 65 anys	5
< 40 anys	2
Dones titulars	1
Venda proximitat (2014)	0
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	3
Productors de Producte del Ripollès (2014)	1
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	0
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	3

Les Llosses

Orientacions Productives	Les Llosses (2014)				
	Explot.	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles
Boví de carn	32	610	252	1752	1228
Boví de llet	3	40	26	121	100
Oví de carn	7	260	6	1275	488
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	12	97	0	349	157
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	5	4	4	28	21
Porcí	11	1461	863	44	29
Gallines i pollastres	11	170	95	22	25
Conill	4	190	50	123	89
Abelles	1	15	3	0	0

Indicador	Les Llosses
Nombre explotacions (2009)	45
DUN (2014)	32
EAP (2014)	22
CCPAE (2014)	4
UTA total (2014)	40,7
UTA assalariada (2014)	7,5
Mitjana de Renda (2014)	61,3%
Joves incorporats (2007-13)	1
> 65 anys	6
< 40 anys	1
Dones titulars	7
Venda proximitat (2014)	3
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	3
Productors de Producte del Ripollès (2014)	5
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	1
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	3

Llanars

Orientacions Productives	Llanars 2014				
	Explot.	capacitat engreix	cens engreix	capacitat femelles	cens femelles
Boví de carn	16	250	42	833	626
Boví de llet	0	0	0	0	0
Oví de carn	5	15	0	375	152
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	1	3	0	11	11
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	6	72	54	152	80
Porcí	6	232	215	0	0
Gallines i pollastres	6	70	70	18	18
Conill	0	0	0	0	0
Abelles	0	0	0	0	0

Indicador	Llanars
Nombre explotacions (2009)	19
DUN (2014)	16
EAP (2014)	13
CCPAE (2014)	10
UTA total (2014)	18
UTA assalariada (2014)	0,4
Mitjana de Renda (2014)	77,1%
Joves incorporats (2007-13)	3
> 65 anys	4
< 40 anys	2
Dones titulars	2
Venda proximitat (2014)	4
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	2
Productors de Producte del Ripollès (2014)	4
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	1
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	4

Molló

Orientacions Productives	Molló (2014)				
	Explot.	capacitat engreix	cens engreix	capacitat femelles	cens femelles
Boví de carn	14	174	0	1098	879
Boví de llet	0	0	0	0	0
Oví de carn	4	0	0	156	124
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	4	2	0	100	24
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	15	11	11	280	206
Porcí	3	10	9	0	0
Gallines i pollastres	5	0	40	36	9
Conill	0	0	0	0	0
Abelles	0	0	0	0	0

Indicador	Molló
Nombre explotacions (2009)	29
DUN (2014)	18
EAP (2014)	13
CCPAE (2014)	8
UTA total (2014)	19,8
UTA assalariada (2014)	1,5
Mitjana de Renda (2014)	78,7%
Joves incorporats (2007-13)	3
> 65 anys	3
< 40 anys	2
Dones titulars	6
Venda proximitat (2014)	1
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	6
Productors de Producte del Ripollès (2014)	4
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	2
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	4

Ogassa

Orientacions Productives	Ogassa (2014)				
	Explot.	capacitat engreix	cens engreix	capacitat femelles	cens femelles
Boví de carn	11	311	58	741	554
Boví de llet	0	0	0	0	0
Oví de carn	6	212	0	931	702
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	5	0	0	48	33
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	0	0	0	0	0
Porcí	0	0	0	0	0
Gallines i pollastres	3	0	20	0	7
Conill	0	0	0	0	0
Abelles	0	0	0	0	0

Indicador	Ogassa
Nombre explotacions (2009)	15
DUN (2014)	8
EAP (2014)	4
CCPAE (2014)	5
UTA total (2014)	10,1
UTA assalariada (2014)	1
Mitjana de Renda (2014)	71,96%
Joves incorporats (2007-13)	1
> 65 anys	3
< 40 anys	2
Dones titulars	1
Venda proximitat (2014)	4
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	2
Productors de Producte del Ripollès (2014)	1
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	1
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	2

Pardines

Orientacions Productives	Pardines (2014)				
	Explot.	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles
Boví de carn	10	100	4	871	753
Boví de llet	0	0	0	0	0
Oví de carn	1	0	0	30	7
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	1	0	0	10	4
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	2	15	15	40	21
Porcí	0	0	0	0	0
Gallines i pollastres	2	15	15	40	21
Conill	0	0	0	0	0
Abelles	0	0	0	0	0

Indicador	Pardines
Nombre explotacions (2009)	14
DUN (2014)	9
EAP (2014)	7
CCPAE (2014)	4
UTA total (2014)	9,9
UTA assalariada (2014)	0
Mitjana de Renda (2014)	79,88%
Joves incorporats (2007-13)	3
> 65 anys	3
< 40 anys	0
Dones titulars	1
Venda proximitat (2014)	1
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	1
Productors de Producte del Ripollès (2014)	1
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	0
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	3

Planoles

Orientacions Productives	Planoles (2014)				
	Explot.	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles
Boví de carn	4	0	0	162	111
Boví de llet	0	0	0	0	0
Oví de carn	0	0	0	0	0
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	0	0	0	0	0
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	0	0	0	0	0
Porcí	1	660	520	0	0
Gallines i pollastres	1	20	0	0	0
Conill	0	0	0	0	0
Abelles	0	0	0	0	0

Indicador	Planoles
Nombre explotacions (2009)	4
DUN (2014)	4
EAP (2014)	4
CCPAE (2014)	2
UTA total (2014)	4,1
UTA assalariada (2014)	0
Mitjana de Renda (2014)	69,85%
Joves incorporats (2007-13)	1
> 65 anys	0
< 40 anys	0
Dones titulars	2
Venda proximitat (2014)	0
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	2
Productors de Producte del Ripollès (2014)	0
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	0
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	3

Queralbs

Orientacions Productives	Queralbs (2014)				
	Explot.	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles
Boví de carn	9	143	27	886	671
Boví de llet	0	0	0	0	0
Oví de carn	3	20	0	914	552
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	0	0	0	0	0
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	7	3	1	146	96
Porcí	0	0	0	0	0
Gallines i pollastres	0	0	0	0	0
Conill	0	0	0	0	0
Abelles	0	0	0	0	0

Indicador	Queralbs
Nombre explotacions (2009)	17
DUN (2014)	10
EAP (2014)	6
CCPAE (2014)	6
UTA total (2014)	12,2
UTA assalariada (2014)	0
Mitjana de Renda (2014)	96,59%
Joves incorporats (2007-13)	0
> 65 anys	3
< 40 anys	1
Dones titulars	0
Venda proximitat (2014)	3
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	1
Productors de Producte del Ripollès (2014)	3
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	0
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	0

Ribes de Freser

Orientacions Productives	Ribes de Freser (2014)				
	Explot.	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles
Boví de carn	14	185	32	952	693
Boví de llet	3	70	0	216	139
Oví de carn	5	20	0	472	268
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	4	0	0	46	15
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	2	0	0	16	5
Porcí	0	0	0	0	0
Gallines i pollastres	3	15	4	0	0
Conill	0	0	0	0	0
Abelles	3	63	25	30	18

Indicador	Ribes de Freser
Nombre explotacions (2009)	25
DUN (2014)	16
EAP (2014)	10
CCPAE (2014)	4
UTA total (2014)	17,2
UTA assalariada (2014)	0
Mitjana de Renda (2014)	80,07%
Joves incorporats (2007-13)	1
> 65 anys	3
< 40 anys	1
Dones titulars	4
Venda proximitat (2014)	3
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	6
Productors de Producte del Ripollès (2014)	5
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	5
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	9

Ripoll

Orientacions Productives	Ripoll (2014)				
	Explot.	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles
Boví de carn	18	483	128	1125	799
Boví de llet	1	0	0	20	19
Oví de carn	9	41	0	922	662
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	10	0	0	382	169
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	3	6	6	20	14
Porcí	3	1663	1602	488	488
Gallines i pollastres	12	8172	95	110	50
Conill	1	0	0	5	5
Abelles	1	25	25	0	0

Indicador	Ripoll
Nombre explotacions (2009)	29
DUN (2014)	20
EAP (2014)	11
CCPAE (2014)	8
UTA total (2014)	19,3
UTA assalariada (2014)	2
Mitjana de Renda (2014)	57,13%
Joves incorporats (2007-13)	3
> 65 anys	5
< 40 anys	3
Dones titulars	5
Venda proximitat (2014)	5
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	23
Productors de Producte del Ripollès (2014)	6
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	12
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	11

St. Joan de les Abadesses

Orientacions Productives	Sant Joan de les Abadesses (2014)				
	Explot.	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles
Boví de carn	20	215	162	941	643
Boví de llet	5	96	37	301	194
Oví de carn	11	143	34	1378	939
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	12	21	21	377	247
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	3	0	0	31	23
Porcí	10	3635	3463	79	65
Gallines i pollastres	7	1393	915	21	17
Conill	1	0	0	20	3
Abelles	2	10	8	34	34

Indicador	Sant Joan de les Abadesses
Nombre explotacions (2009)	50
DUN (2014)	32
EAP (2014)	14
CCPAE (2014)	7
UTA total (2014)	31,3
UTA assalariada (2014)	1
Mitjana de Renda (2014)	51,22%
Joves incorporats (2007-13)	7
> 65 anys	10
< 40 anys	7
Dones titulars	2
Venda proximitat (2014)	3
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	9
Productors de Producte del Ripollès (2014)	9
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	8
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	3

St. Pau de Segúries

Orientacions Productives	Sant Pau de Seguries (2014)				
	Explot.	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles
Boví de carn	4	30	8	117	95
Boví de llet	1	38	21	57	48
Oví de carn	5	465	75	343	202
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	3	8	8	39	14
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	2	15	14	27	24
Porcí	3	1719	1696	0	0
Gallines i pollastres	2	45	15	0	0
Conill	1	40	30	24	20
Abelles	0	0	0	0	0

Indicador	Sant Pau de Seguries
Nombre explotacions (2009)	15
DUN (2014)	8
EAP (2014)	5
CCPAE (2014)	1
UTA total (2014)	8
UTA assalariada (2014)	1
Mitjana de Renda (2014)	71,95%
Joves incorporats (2007-13)	0
> 65 anys	5
< 40 anys	0
Dones titulars	1
Venda proximitat (2014)	0
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	4
Productors de Producte del Ripollès (2014)	2
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	1
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	2

Setcases

Orientacions Productives	Setcases (2014)				
	Explot.	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles
Boví de carn	8	5	0	650	471
Boví de llet	0	0	0	0	0
Oví de carn	1	100	20	0	0
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	0	0	0	0	0
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	6	5	1	93	75
Porcí	0	0	0	0	0
Gallines i pollastres	0	0	0	0	0
Conill	0	0	0	0	0
Abelles	1	0	0	50	8

Indicador	Setcases
Nombre explotacions (2009)	13
DUN (2014)	11
EAP (2014)	7
CCPAE (2014)	3
UTA total (2014)	11,1
UTA assalariada (2014)	0
Mitjana de Renda (2014)	60,43%
Joves incorporats (2007-13)	2
> 65 anys	1
< 40 anys	3
Dones titulars	1
Venda proximitat (2014)	0
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	3
Productors de Producte del Ripollès (2014)	0
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	1
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	4

Toses

Orientacions Productives	Toses (2014)				
	Explot.	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles
Boví de carn	5	0	0	229	150
Boví de llet	0	0	0	0	0
Oví de carn	1	0	0	300	130
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	1	0	0	8	5
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	1	0	0	60	47
Porcí	0	0	0	0	0
Gallines i pollastres	0	0	0	0	0
Conill	0	0	0	0	0
Abelles	0	0	0	0	0

Indicador	Toses
Nombre explotacions (2009)	14
DUN (2014)	5
EAP (2014)	4
CCPAE (2014)	1
UTA total (2014)	5
UTA assalariada (2014)	0
Mitjana de Renda (2014)	73,31%
Joves incorporats (2007-13)	0
> 65 anys	0
< 40 anys	2
Dones titulars	2
Venda proximitat (2014)	0
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	0
Productors de Producte del Ripollès (2014)	0
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	0
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	0

Vallfogona del Ripollès

Orientacions Productives	Vallfogona del Ripollès (2014)				
	Explot.	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles
Boví de carn	14	253	96	612	484
Boví de llet	2	0	0	67	17
Oví de carn	6	197	0	729	476
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	7	8	0	194	145
Cabrum de llet	0	0	0	0	
Equí de carn	2	0	0	34	24
Porcí	2	1323	1252	9	5
Gallines i pollastres	6	92	49	0	0
Conill	4	750	47	235	17
Abelles	1	15	2	0	0

Indicador	Vallfogona del Ripollès
Nombre explotacions (2009)	24
DUN (2014)	17
EAP (2014)	12
CCPAE (2014)	3
UTA total (2014)	15
UTA assalariada (2014)	0
Mitjana de Renda (2014)	60,74%
Joves incorporats (2007-13)	4
> 65 anys	0
< 40 anys	6
Dones titulars	7
Venda proximitat (2014)	3
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	1
Productors de Producte del Ripollès (2014)	2
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	0
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	1

Vilallonga de Ter

Orientacions Productives	Vilallonga de Ter (2014)				
	Explot.	cap engreix	cens engreix	cap femelles	cens femelles
Boví de carn	29	251	9	1753	1364
Boví de llet	0	0	0	0	0
Oví de carn	3	0	0	295	30
Oví de llet	0	0	0	0	0
Cabrum de carn	1	0	0	4	2
Cabrum de llet	0	0	0	0	0
Equí de carn	10	3	3	122	83
Porcí	1	2	2	0	0
Gallines i pollastres	4	30	28	15	9
Conill	0	0	0	0	0
Abelles	0	0	0	0	0

Indicador	Vilallonga de Ter
Nombre explotacions (2009)	42
DUN (2014)	30
EAP (2014)	16
CCPAE (2014)	8
UTA total (2014)	27,7
UTA assalariada (2014)	3
Mitjana de Renda (2014)	69,37%
Joves incorporats (2007-13)	2
> 65 anys	9
< 40 anys	5
Dones titulars	9
Venda proximitat (2014)	1
Beneficiaris Ajuts Leader (2007-13)	3
Productors de Producte del Ripollès (2014)	3
Punts de venda Producte del Ripollès (2014)	1
Punts de degustació Producte del Ripollès (2014)	1

Annex 2: Guió de l'entrevista personal en profunditat

Càrrec polítics

Persona entrevistada:
Data i lloc:
Càrrec:

Visió general

1. Quina és la teva visió del sector agrari de la comarca?
2. I del de l'hoteleria?
3. Pots identificar un projecte col·lectiu que hagi funcionat i un altre que no, en relació als productors i/o els restauradors?
4. Creus que el sector està professionalitzat?
5. Creus que hi ha una visió estratègica per part dels joves que s'incorporen de nou al sector agrari? I al de l'hoteleria?
6. Quines són per tu les necessitats més rellevants que tenen en aquest moment?
7. Es dóna resposta des del territori a aquestes necessitats?
8. Com valores les polítiques públiques en el vostres sector?

Producte del Ripollès

9. Creus que a la comarca es consumeix producte local?
10. Com veus la marca de garantia "Producte del Ripollès"?
11. Coneixes la "Guia del producte agroalimentari del Ripollès"?
12. Creus que tindria sentit crear una plataforma local de comercialització?

Futur

13. T'imagines algun projecte conjunt que faci avançar el Ripollès?
14. Identifiques algun nínxol de mercat nou a la comarca?
15. I per acabar, pots identificar tres paraules que defineixen el teu sector i tres que defineixin la comarca?

Personal tècnic

Persona entrevistada:
Data i lloc:
Càrrec:

Àmbit de l'Associació

1. Em pots explicar quines són les teves tasques principals?
2. Quins són els objectius estratègics per aquest any?
3. I a mig termini?
4. D'aquests, quins creus que heu assolit?
5. Quins queden encara pendents?
6. Em pots explicar un projecte col·lectiu que hagi funcionat i un altre que no?

Relleu generacional

7. Creus que hi ha relleu generacional al sector agrari?
8. I al de l'hoteleria?
9. Què estan fent els joves que s'incorporen de nou?
10. Quines necessitats específiques tenen?
11. Es dóna resposta des del territori a aquestes necessitats?

12. Creus que hi ha una visió estratègica per part dels joves que s'incorporen de nou?
13. Creus que el sector està professionalitzat?

Producte del Ripollès
14. Creus que a la comarca es consumeix producte local?
15. I producte ecològic?
16. Com veus la marca de garantia "Producte del Ripollès"?
17. Quina ha estat la feina que des de la vostra entitat heu fet en relació al "Producte del Ripollès?
18. Pots identificar tres punts forts i tres punts febles de la marca de garantia?
19. Funciona la comercialització del producte local?
20. Quin impacte ha tingut la "Guia del producte agroalimentari del Ripollès"?
21. Com es pot millorar la traçabilitat del Producte del Ripollès fins a les cuines?
22. Creus que el sector es posaria d'acord per crear una plataforma local de comercialització?
23. Creus que hi ha "sentiment" de marca?

Polítiques públiques
24. Com valores les polítiques públiques en el vostres sector?
25. Quina és la relació público-privada?
26. I el privats, col·laboren entre ells?
27. Com treballeu amb el CRD?
28. Quines necessitats es cobreixen?

Visió personal
29. Quina és la teva visió de la comarca des del punt de vista del teu sector?
30. T'imagines algun projecte conjunt que faci avançar el Ripollès?
31. Identifiques algun nínxol de mercat nou a la comarca?
32. I per acabar, pots identificar tres paraules que defineixen el teu sector i tres que defineixin la comarca?

Hosteleria

Persona entrevistada:
Data i lloc:
Càrrec:

Àmbit de l'Associació
1. Em pots explicar l'origen de la vostra associació?
2. Quins són els objectius que teniu com a entitat?
3. D'aquests, quins creus que heu assolit?
4. Quins queden encara pendents?
5. Quins beneficis té un privat que s'associa a la vostra entitat?
6. Quins requisits ha de complir?
7. Em pots explicar un projecte col·lectiu que hagi funcionat i un altre que no?

Relleu generacional
8. Hi ha relleu generacional al vostre sector?
9. Què estan fent els joves que s'incorporen de nou?
10. Quines necessitats específiques tenen?

11. Creus que hi ha una visió estratègica per part dels joves que s'incorporen de nou?

Necessitats del sector
12. Quines són per tu les necessitats més rellevants dintre del teu sector?
13. Es dóna resposta des del territori a aquestes necessitats?
14. Creus que el sector està professionalitzat?

Producte del Ripollès
15. Creus que a la comarca es consumeix producte local?
16. I producte ecològic?
17. Com veus la marca de garantia "Producte del Ripollès"?
18. Quina ha estat la feina que des de la vostra associació heu fet en relació al "Producte del Ripollès?
19. Pots identificar tres punts forts i tres punts febles de la marca de garantia?
20. Funciona la comercialització del producte local?
21. Quin impacte ha tingut la "Guia del producte agroalimentari del Ripollès"?
22. Com es pot millorar la traçabilitat del Producte del Ripollès fins a les cuines?
23. Creus que el sector es posaria d'acord per crear una plataforma local de comercialització?
24. Creus que hi ha "sentiment" de marca?

Polítiques públiques
25. Com valores les polítiques públiques en el vostres sector?
26. Quina és la relació público-privada?
27. I el privats, col·laboren entre ells?
28. Com treballeu amb el CRD?
29. Quines necessitats es cobreixen?

Visió personal
30. Quina és la teva visió de la comarca des del punt de vista del teu sector?
31. T'imagines algun projecte conjunt que faci avançar el Ripollès?
32. Identifiques algun nínxol de mercat nou a la comarca?
33. I per acabar, pots identificar tres paraules que defineixen el teu sector i tres que defineixin la comarca?

Pagesia

Persona entrevistada:
Data i lloc:
Càrrec:

Àmbit de l'Associació
1. Em pots explicar l'origen de la vostra associació?
2. Quins són els objectius que teniu com a entitat?
3. D'aquests, quins creus que heu assolit?
4. Quins queden encara pendents?
5. Quins beneficis té un privat que s'associa a la vostra entitat?
6. Em pots explicar un projecte col·lectiu que hagi funcionat i un altre que no?

Relleu generacional
7. Hi ha relleu generacional al vostre sector?

8. Què estan fent els joves que s'incorporen de nou?
9. Quines necessitats específiques tenen?
10. Creus que hi ha una visió estratègica per part dels joves que s'incorporen de nou?

Necessitats del sector

11. Quines són per tu les necessitats més rellevants dintre del teu sector?
12. Es dóna resposta des del territori a aquestes necessitats?
13. Creus que el sector està professionalitzat?

Producte del Ripollès

14. Creus que a la comarca es consumeix producte local?
15. I producte ecològic?
16. Com veus la marca de garantia "Producte del Ripollès"?
17. Quina ha estat la feina que des de la vostra associació heu fet en relació al "Producte del Ripollès?
18. Pots identificar tres punts forts i tres punts febles de la marca de garantia?
19. Funciona la comercialització del producte local?
20. Quin impacte ha tingut la "Guia del producte agroalimentari del Ripollès"?
21. Com es pot millorar la traçabilitat del Producte del Ripollès fins a les cuines?
22. Creus que el sector es posaria d'acord per crear una plataforma local de comercialització?
23. Creus que hi ha "sentiment" de marca?

Polítiques públiques

24. Com valores les polítiques públiques en el vostres sector?
25. Quina és la relació público-privada?
26. I el privats, col·laboren entre ells?
27. Com treballeu amb el CRD?
28. Quines necessitats es cobreixen?

Visió personal

29. Quina és la teva visió de la comarca des del punt de vista del teu sector?
30. T'imagines algun projecte conjunt que faci avançar el Ripollès?
31. Identifiques algun nínxol de mercat nou a la comarca?
32. I per acabar, pots identificar tres paraules que defineixen el teu sector i tres que defineixin la comarca?

Annex 3: Llista dels agents entrevistats al treball de camp

Nom	Càrrec	Entitat	Data entrevista
Representants públics i càrrecs tècnics			
Albert Puigvert	Gerent	Consell Comarcal del Ripollès	06/02/2014
Carme Freixa	Alcaldessa	Vallfogona del Ripollès	20/03/2014
David Serrat	Alcalde	Les Llosses	03/04/2014
Joan Casas	Cap d'oficina	DAAM	12/02/2014
Joan Dordas	Alcalde	Campelles	17/06/2014
Marta Masalles	Inspectora	CCPAE	31/07/2014
Pere Bartrina	Tècnic	DAAM	05/03/2014
Raül Morales	Tècnic	Consell Comarcal del Ripollès	20/05/2014
Associacions i entitats privades			
Fran Barroso	President	As. Hoteleria del Ripollès	12/06/2014
Gil Pau	President	Fogons de la Vall de Ribes	11/04/2014
Joan Bertran	Matarife	Escorxador Camprodon	15/05/2014
Joan Corominas	Gerent	Escorxador Ripoll	11/06/2014
Joan Lladre	President	As. Petits Elaboradors	26/03/2014
Joan Moret	President	As. Criadors Eugues	20/03/2014
Joan Planella	Carnisser	Escorxador de Camprodon	15/05/2014
Jordi Vila	President	Cuines de la Vall de Camprodon	19/05/2014
Josep Pastoret	President	Coop. Molló	14/01/2014
Martí Vila	President	As. Pastors	19/03/2014
Núria Sala	Presidenta	As. Carnissers	18/03/2014
Pau Romero	Gerent	Cooperativa St. Joan	25/03/2014
Pep Palau	Gastrònom	Pep palau von arend & associats	05/06/2014
Pere Colomer	Carnisser	Escorxador de Ribes	20/03/2014
Ramon Carbonell	President	As. Ramaders	11/04/2014
Teresa Monge	Tècnica	Mancomunitat Camprodon	20/03/2014
Vicens Pascal	Forner	As. Petits Elaboradors	17/06/2014
Particulars **Pagesia**			
Adelaida Canal	Mas Pinos-Mas Farrans	Pagesia	01/04/2014
Àngel Freixa	Mas Freixa	Pagesia	08/04/2014
Antoni Valls	Mas la Rovira	Pagesia	18/06/2014
Dolors Soy	Mas Llastanosa	Pagesia	18/06/2014
Domènech	El Callis	Pagesia	09/04/2014
Enric Camprubí	Cal Govern	Pagesia	11/06/2014
Enric Palau	La Batllia	Pagesia	06/05/2014
Jaume Casas	Mas Pinos-Mas Farrans	Pagesia	01/04/2014
Joan	Mas Rodonella	Pagesia	25/06/2014
Joan Fondecaba	La Moixa	Pagesia	17/05/2014
Joan i Gemma	La Folcra	Pagesia	26/06/2014
Joan i Georgina	Cal Esteve de Batet	Pagesia	26/06/2014
Joan Moret	Mas La Illa	Pagesia	07/05/2014
Joan Puigcorbe	Mas el Lladré	Pagesia	26/03/2014
Jordi Castany	Mas Xixa	Pagesia	11/06/2014

Jordi Juanola i Núria Simon	Mas la Capallera	Pagesia	26/06/2014
Josep Orra	Formatgeria Orra	Pagesia	03/06/2014
Josep Pastoret	El Carol	Pagesia	14/01/2014
Manso Palou	Manso Palou	Pagesia	16/06/2014
Miquel	Mas Gallo	Pagesia	07/05/2014
Miquel	Casanova d'en Vilalta	Pagesia	07/05/2014
Ramon Carbonell	Can Riu	Pagesia	11/04/2014
Raquel Tubau	Cal Ramon	Pagesia	14/03/2014
Sergi	Viles Grosses	Pagesia	21/07/2014
Sisco	Can Dalmau	Pagesia	27/06/2014
Carnisseries			
Àngel Constans	Constans	Carnisseria	19/05/2014
Carles i Mila	Carles i Mila	Carnisseria	14/05/2014
Engràcia	Engràcia	Carnisseria	16/05/2014
Ferran i Anna	Casa Batlle	Carnisseria	05/06/2014
Gerard Muntades	Xarcuteria Alba	Carnisseria	18/06/2014
Jaume	Carnisseria Dial	Carnisseria	01/07/2014
Joan i Maria	Pairó	Carnisseria	15/05/2014
Marc Coma	Marc Coma	Carnisseria	12/06/2014
Núria	Ca la Magda	Carnisseria	18/03/2014
Pilar Olivera i Francesc Vilanova	El Rebost de Can Barramba	Carnisseria	25/06/2014
Toni Pineda	Pineda	Carnisseria	19/06/2014
Restauració			
Francesc Rovira	Fonda Xesc	Hostaleria	30/01/2014
Carme	La Plaça	Hostaleria	03/04/2014
Fran i Montse	La Taverneta	Hostaleria	12/06/2014
Gemma	Can Polla	Hostaleria	01/04/2014
J. Maria	El Costabona	Hostaleria	15/05/2014
Joan Sole	Restaurant l'Escon	Hostaleria	19/05/2014
Jordi Simon	Cal Ras	Hostaleria	16/06/2014
Jordi Vila	Can Jepet	Hostaleria	19/05/2014
Marc	El Crocus	Hostaleria	16/06/2014
Mireia	El Forn	Hostaleria	01/04/2014
Pep Blanc	Taverna Fraxanet	Hostaleria	09/05/2014
Pep Nogué	Gastrònom	Hostaleria	18/07/2014
Ramon Pau	Els Caçadors	Hostaleria	27/06/2014
Ramon Turrats	La Piazzeta	Hostaleria	18/02/2014
Silvia	Casa Rudes	Hostaleria	09/06/2014

Annex 4: Llista dels agents entrevistats a les taules de treball

Ajuntament de Ripoll
Associació Cuines Vall Camprodon
Associació d'Hostaleria Ripollès
Associació Leader Ripollès, Ges i Bisaura
Associació Intersectorial de Joves Empresaris del Ripollès (AIJER)
Aula d'Hostaleria del Ripollès
Cambra Comerç Girona
Càritas Ripoll
Creu Roja Ripollès
Consell Comarcal Ripollès
Consorci de Benestar Social del Ripollès (CBSR)
Consorci d'Espais d'Interès Natural del Ripollès (CEINR)
Consorci Ripollès Desenvolupament (àrees de turisme, inserció-ocupació, agroalimentària, empresa-emprenedoria, energia).
CCOO Ripollès
Departament Territori i Sostenibilitat de la Generalitat de Catalunya
Escorxador del Ripollès (ERSA)
Ferrocarrils Generalitat Catalunya (FGC)
Fogons de la Vall de Ribes
Fundació Eduard Soler
Fundació MAP
Hospital de Campdevànol
UGT Ripollès
Unió Intersectorial d'Empresaris del Ripollès (UIER)
Unió de Pagesos Ripollès